

Asia Sur

261

SERGIO DAVILA

A 25 años de haber iniciado un camino que transformó la moda latinoamericana desde una mirada propia, Sergio Dávila vuelve al origen para presentar su colección más personal: "Camino a Machu Picchu", un homenaje a sus raíces y a la fuerza creativa del Perú. La celebración será en Cusco, y contará con Asia Sur como media partner oficial.

CASA
BANCHERO
—· DESDE 1905 ·—



*Exclusividad y diseño
que trasciende en el tiempo.*



120^{AÑOS}

Av. La Paz 1010 - Miraflores | Jockey Plaza
www.casabanchero.com

ÍNDICE

36

MODA HECHA CERÁMICA

Tater Vera se une a Sergio Dávila para transformar la moda en arte popular, a través de muñecas de cerámica que rinden homenaje a las musas del diseñador.

42

FIBRAS PERUANAS: ORGULLO NACIONAL

Moda y tradición se entrelazan en esta ruta que pone en valor el trabajo de comunidades artesanas.

67

ESPECIAL PERÚ

Una celebración de los destinos más fascinantes del país, su riqueza gastronómica y el espíritu del pisco como emblema nacional. Un homenaje al Perú que conquista con sabor, cultura y tradición.

88

TALENTO DE EXPORTACIÓN

Milena Warthon, Daniela De Izcue y Renata Flores. Tres mujeres que se abren paso con autenticidad en la industria musical peruana y latinoamericana. Un retrato íntimo de sus visiones, desafíos y conexiones con nuestra identidad.

14

SERGIO DÁVILA: 25 AÑOS DE MODA CON IDENTIDAD PERUANA

Con su tercer desfile en Cusco, Sergio Dávila celebra un cuarto de siglo de carrera, al tiempo que consagra un universo estético donde el Perú no es solo origen, sino destino.





GABUTEAU

STAFF

261

asia
sur

GERENTE GENERAL

NANCY GIRAU
ngirau@grupoas.com.pe

DIRECTORES ASIA SUR

LUIS MARCELO INDACOCHEA
JUAN CARLOS TASSARA
ALFONSO BERNOS
MARTÍN BEDOYA
JORGE RUIZ

COORDINADORA COMERCIAL Y DISTRIBUCIÓN

DIANINA HERNANI
dhernani@grupoas.com.pe

JEFA DE REDES Y CONTENIDO DIGITAL

NELA ALMEYDA

EJECUTIVAS DE VENTAS

PATRICIA GARCÍA, VERÓNICA CARRILLO,
BÁRBARA ANAYA, MÓNICA CORDERO

DISTRIBUCIÓN

GIAN SESSAREGO

PUBLICIDAD

ventas@grupoas.com.pe
979 358 733

HECHO EL DEPÓSITO LEGAL EN LA BIBLIOTECA
NACIONAL DEL PERÚ N° 2003-7020

EDITORIA

ARIANNA N. GONZALES

REDACTORA

DANIELLA BEJARANO

DISEÑO

RAFAEL GÓMEZ

COORDINADOR DE EDICIÓN GRÁFICA

NATHANIEL CHÁVEZ

grupo **asiasur**

ASIA SUR es una revista de actualidad, cultura y
entretenimiento dirigida a mayores de 18 años cuyos
anunciantes se sujetan a las disposiciones legales vigentes en
materia de contenidos publicitarios.



**ADUÉÑATE DE
TU MOMENTO**

sunglasshut.com

CUSCO ALTA MODA BY SERGIO DAVILA

MARTES 8 DE JULIO

RETROSPECTIVA 25 AÑOS

El ceramista peruano, Tater Vera, Premio Unesco, celebra a Sergio Dávila con una retrospectiva que muestra cincuenta muñecas que rinden homenaje a los personajes que el diseñador peruano ha vestido a lo largo de su carrera.

MIÉRCOLES 9 DE JULIO

DESPLIEGUE RUMBO A DESFILE

JUEVES 10 DE JULIO

DESFILE MACCHU PICCHU

Los modelos partirán de la estación de tren Inca Rail del Hotel Tambo del Inka, con destino a Macchu Picchu Pueblo. El desfile comenzará en el hotel y la segunda parte del evento se desarrollará en Inkaterra Machu Picchu Pueblo, brindando una experiencia visual y cultural sinprecedentes.

VIERNES 11 DE JULIO

SHOWROOM COCKTAIL

SÁBADO 12 DE JULIO

GALA RED CARPET - CASA PALACIO

Una gala exclusiva con alfombra roja tendrá lugar en la icónica Calle Arcoíris de Cusco. Un evento lleno de glamour, moda y arte, con invitados especiales de la industria de la moda y el lujo.

DOMINGO 13 DE JULIO

SUNSET TEA DANCE

La moda y la música se fusionan con una atmósfera vibrante y sofisticada en un evento al aire libre durante el atardecer, con la participación de los DJs Maysa Lozano y Guille Arbaiza.

No es suerte, ES ESTRATEGIA

**AFP HABITAT, MEJOR
GESTOR DE INVERSIONES
2024 EN LOS FONDOS
0, 2 Y 3**

Reconocidos por 9 años
consecutivos como Mejor
Gestor de Inversiones en
el marco del "Perú Markets &
Investments Summit 2025"
de El Dorado Investments.

Reafirmamos nuestro
compromiso de brindar el
mejor servicio previsional.



Cámbiate
fácil y rápido
aquí:



ADA EDEN: “LOS GUARDIANES DEL VIAJE: UN DESFILE ENTRE MUNDOS”

Hoy celebro 25 años de historia de una marca que ha aprendido a escuchar la tierra, mirar el cielo y crear desde el alma.

FOTOS: JAVICHO RIVERO



ESTE DESFILE
NO CAMINA,
FLOTA. ES UN
TRÁNSITO ENTRE
LO TERRENAL Y LO
ETÉREO, ENTRE LO
ANCESTRAL Y LO
CONTEMPORÁNEO.



ESTA ES LA TERCERA
VEZ QUE SERGIO
DÁVILA CELEBRA
UN DESFILE EN LA
CIUDAD IMPERIAL. EN
AÑOS ANTERIORES,
PRESENTÓ
“CHOLITAS FASHION”
Y “RAINBOW
MOUNTAIN”, DOS
PASARELAS QUE
PUSIERON A CUSCO EN
LOS OJOS DEL MUNDO.

Hay un tren que atraviesa la cordillera como un susurro antiguo. Parte del Valle Sagrado y serpentea, lento, como si conociera los secretos de las piedras. A bordo no viajan personas. Viajan símbolos. Arquetipos. Espíritus.

El primero en aparecer es el puma, con la fuerza del suelo bajo sus patas. Mira con ojos sabios, pisa firme y protege el ahora. Es el guardián del presente, el que recuerda que cada paso importa.

Desde lo alto desciende el cóndor, con alas que rozan el sol. No pertenece del todo a este mundo. Es mensajero del cielo, símbolo de libertad. En su vuelo se traza la conexión invisible entre lo divino y lo humano.

La serpiente se desliza, en silencio. Su cuerpo es la historia: memoria ancestral, regeneración perpetua. Encierra lo oculto, lo deseado, lo que vibra más allá de lo visible. Ella danza entre mundos, como si supiera que el tiempo no es lineal.

En medio del trayecto, inmóvil y vibrante, se alza el cactus. Flor del desierto, belleza en lo inhóspito. No necesita palabras: su sola presencia habla de resiliencia, de sobrevivir y florecer en cualquier entorno. Parte esencial de la ceremonia, su esencia se honra en silencio.

Y, desde las profundidades marinas, emerge el más delicado: el caballito de mar. Pequeño guardián de los océanos, sostiene el equilibrio entre lo masculino y lo femenino. Él no lucha, armoniza. No impone, sostiene. Su presencia es un susurro que calma.

Este desfile no camina, flota. Es un tránsito entre lo terrenal y lo etéreo, entre lo ancestral y lo contemporáneo. Celebra 25 años de historia de una marca que ha aprendido a escuchar la tierra, mirar el cielo y crear desde el alma. Cada prenda no es ropa: es ritual. Cada paso en la pasarela, un latido de este viaje sagrado.

 **CoreCapita1**
Edificando **Juntos** una inversión **A1**

KUN
Movement that inspires

SERGIO DAVILA

25 AÑOS

TiYAPUY
SEED OF THE WORLD



UNA NUEVA GENERACIÓN REDEFINE EL CONCEPTO DE LUJO EN EL PERÚ

EL VERDADERO LUJO ES LO NUESTRO

—
POR ARIANNA GONZALES
—



Durante mucho tiempo, el lujo en el Perú fue sinónimo de importación. De telas venidas de lejos, de formas que buscaban parecerse a otras. Sin embargo, en los últimos años, esa idea ha comenzado a transformarse desde adentro.

Hoy, hablar de lujo ya no significa mirar hacia afuera, sino más bien volver la mirada al origen. A lo que se crea con tiempo, con historia, con identidad. A lo que nace en las manos de artesanos y diseñadores que en-

tienden que una prenda, un objeto o un platillo no solo valen por su forma, sino por lo que cuentan.

Son cada vez más los jóvenes que revalorizan los productos de identidad local por encima de marcas internacionales y, aunque hay mucho trabajo por hacer, se comienza a notar un cambio de mentalidad: el consumidor peruano ya no solo busca calidad, sino también significado.

Lujo hoy es una manta de alpaca criada a más de 4 mil metros de altura. Es una cerámica trabajada con técnicas ancestrales. Es un vestido hecho a mano que narra la cosmovisión andina. Es lo irrepetible, lo no industrializado, lo que toma tiempo.

En un mundo saturado de velocidad, producción en masa y tendencias efímeras, lo que permanece es lo que tiene raíz. Lo que no puede replicarse en serie. Por eso, cada vez más

diseñadores, chefs, artistas y emprendedores están apostando por una creación con propósito: una que parte del territorio, se inspira en la memoria y se proyecta hacia el futuro.

Esta edición especial de Asia Sur —que celebra los 25 años de trayectoria de Sergio Dávila y también las Fiestas Patrias— llega en un momento clave. Porque si hay algo que merece ser celebrado hoy, es ese giro cultural que nos hace entender que lo más valioso no está afuera, sino aquí. En lo que somos. En lo que sabemos hacer.

QUIZÁS EL LUJO NUNCA FUE TENER, SINO RECONOCER. Y EN ESE ACTO, EL PERÚ BRILLA CON UNA LUZ DISTINTA. UNA LUZ QUE, POR FIN, NOS PERTENECE.

Kia EV5

Conecta con el poder de la naturaleza



Movement that inspires

Conoce nuevos caminos con la SUV 100% eléctrica que revolucionará el segmento. ¿Estás listo para descubrirla?

Bono de financiamiento hasta:

US\$ 6,000 o S/ 22,500



Motor eléctrico de 215 HP.



Autonomía de 550 km con una sola carga.



Pantallas panorámicas.

Solicita una cotización aquí:



Imágenes referenciales. Bono de financiamiento sugerido de USD 6,000 o S/22,500 de Santander Consumer corresponde a EV5 LIGHT MY2025. Válido del 1 de junio al 31 de julio de 2025. Stock mínimo 5 unidades. TCR S/3.75. Al momento de la transacción se aplicará el tipo de cambio vigente del día. Kia Import Perú S.A.C. no comercializa directamente los vehículos de la marca Kia a los clientes, pues los comercializa su red de concesionarios oficiales. Debe consultar el precio final y las condiciones de pago con el concesionario oficial de su elección. Los 8 años de garantía o 160,000 km, lo que suceda primero, aplica a todas las versiones. El equipamiento mostrado puede variar según versión. Para más información ingresar a Kia.com.pe.

FINANCIADO CON
Santander
Consumer

8 AÑOS
DE GARANTÍA
O 160,000 KM

PASARELA DE RETOS

POR ARIANNA GONZALES

En los últimos años, el Perú ha comenzado a ocupar un lugar cada vez más protagónico en la industria de la moda latinoamericana. No se trata solo de una tendencia pasajera ni del boom de ciertos diseñadores; es un movimiento profundo que nace desde nuestras raíces, de nuestra cultura y de los saberes que habitan en las manos de quienes tejen, hilan, tiñen y bordan historias desde hace generaciones.

Lo que distingue a la moda peruana no es únicamente su estética, sino la riqueza de su identidad. Las fibras que nacen de nuestra tierra —el algodón pima peruano, la alpaca y la vicuña— son algunas de las más valoradas en el mundo por su calidad. Estas materias primas no solo posicionan al Perú como un proveedor de lujo, sino como un país que ofrece al mundo una moda con un propósito de revalorización.

Es quizás por eso que creo, que el verdadero lujo está en la cadena humana detrás de cada prenda. En los criadores, en los artesanos y en todos aquellos que preservan en su cultura aquellas técnicas ancestrales que hoy mantienen viva la moda peruana: el telar de cintura, el bordado manual, las iconografías, el teñido natural. En un mundo tan globalizado como el actual, conservar esas técnicas, que nos otorgan un potente diferencial en la industria, es una labor ardua, pero quizás no lo suficientemente valorada.

Hoy, más que nunca, la moda peruana tiene la oportunidad —y la responsabilidad— de redefinir el lujo desde lo ético. La conversación ya no puede centrarse solo en el diseño o el branding, sino en la necesidad de construir una industria que respete y valore cada eslabón de la cadena de valor. Apuntar hacia una moda más justa implica reconocer

el rol de los productores y artesanos, no como simples proveedores, sino como los verdaderos custodios de nuestras tradiciones.

A lo largo de esta edición, he conversado en múltiples oportunidades con Sergio Dávila, quien realizando su tercer desfile en Cusco tiene como propósito descentralizar la moda y poner en el spotlight a una cadena de valor con potencial enorme. Y desde ese punto, ambos coincidimos en que estamos ante un punto de inflexión: vamos a crecer, sí. Pero las iniciativas que nos lleven a que los ojos del mundo volteen a nosotros, deben estar llenas de consciencia. El futuro de la moda peruana no solo se teje en las pasarelas, se teje en comunidad. Y es ahí donde reside su verdadero poder: en su capacidad de inspirar al mundo sin dejar de mirar hacia adentro, hacia lo que somos, mientras valoramos lo que tenemos.

HOY, MÁS QUE NUNCA, LA MODA PERUANA TIENE LA OPORTUNIDAD —Y LA RESPONSABILIDAD— DE REDEFINIR EL LUJO DESDE LO ÉTICO.



CEAM.
CENTRO DE ALTOS
ESTUDIOS DE LA MODA

ESTUDIA MODA, VIVE MODA, CREA MODA

CARRERA PROFESIONAL



DISEÑO DE MODA

INICIO DE CLASES

25 DE AGOSTO 2025



Más información:

ceamesmoda.pe

Síguenos en:



www.ceam.edu.pe 
447 4496 / 971 485 995 

Av. Benavides 750, Miraflores 
info@ceam.edu.pe 

LOS 25 AÑOS DE SERGIO DAVILA

ODA A LOS ANDES

Veinticinco años después de comenzar a escribir su historia en el mundo de la moda, Sergio Dávila se ha convertido en sinónimo de identidad peruana. Sus diseños, profundamente espirituales y teñidos de historia, han desfilado ante el mundo sin perder el eco de esa inspiración que solo la mujer andina le otorga. Hoy, con la Ciudad Imperial como pasarela, Dávila celebra su carrera, al tiempo que consagra un universo estético donde el Perú no es solo origen, sino destino.

POR ARIANNA GONZALES

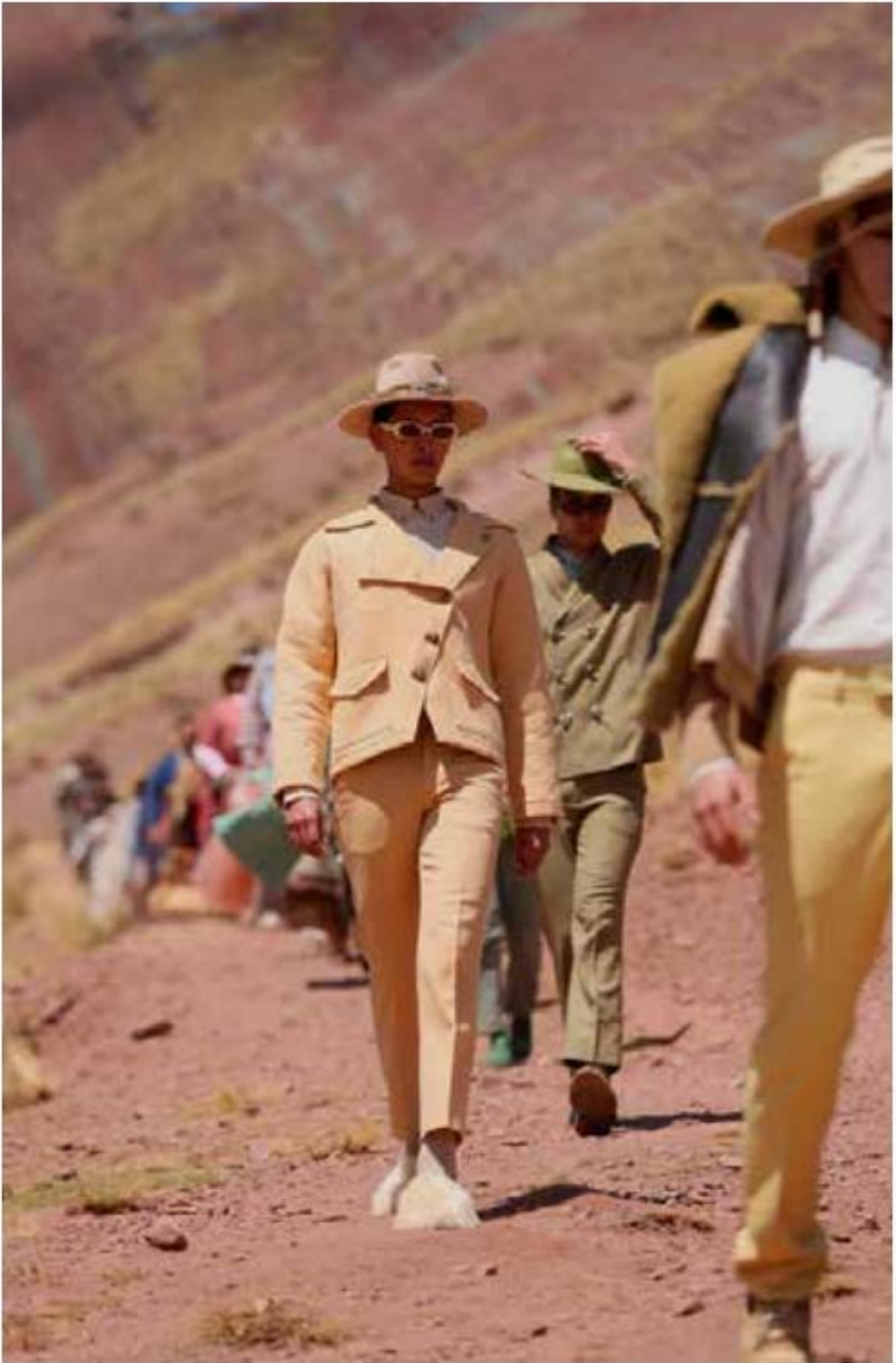
Cuando Sergio Dávila piensa en los Andes, piensa en siluetas. Piensa en aquella forma de puma que dicen que tiene Cusco cuando se le mira desde lo alto. Piensa en la fuerza de la mujer andina, y en un sombrero que, lejos de ser solo un accesorio, está cargado de solemnidad. A 25 años de iniciar una travesía que lo llevó hasta las principales capitales del diseño internacional, Dávila regresa a nuestro país para presentar “Cusco Alta Moda 2025”, su tercer desfile en la ciudad imperial, que celebra su carrera y su visión, aquella

que ve a la moda como puente entre continentes, tiempos y cosmovisiones. Aunque, además del éxito en pasarelas internacionales, ha logrado posicionarse entre los cinco mejores diseñadores de Alta Moda Femenina 2024/2025 por The Fashion Group International de Nueva York, para Sergio, la cima de su montaña está en volver a Perú y hacer lo que mejor sabe: que los ojos del mundo volteen a vernos.

DE CUSCO PARA EL MUNDO

“Esta es la tercera vez que presento una colección en Cusco”, cuenta Dávila,

la, con la serenidad de quien sabe que está exactamente donde debe estar. “Lo había hecho antes con ‘Cholitas Fashion’ y con ‘Rainbow Mountain’. Ahora, vuelvo con algo más íntimo, más elevado, más mágico”. La nueva colección ha recibido el nombre de “Camino a Machu Picchu” y se trata del primer desfile concebido desde el principio como “alta costura”. A cada una de las piezas se le antepone ocho meses de trabajo a más de 3,000 metros de altura, entre telares, fibras peruanas y una visión artística sin igual. Y es que Dávila no solo se inspira





en la silueta de la mujer andina, si no que la reinventa, revaloriza y otorga el reconocimiento que merece. No solo como musa, si no como parte activa de sus colecciones. "Todo está hecho con manos peruanas, pero además con mucho amor y mucho espíritu", adelanta.

LA MODA COMO ACTO DE PERTENENCIA

En los últimos años, Sergio ha regresado con fuerza al Perú, como si sus travesías en Estados Unidos, París e Ibiza hubieran sido solo parte de un gran arco narrativo. "Viví muy cerca de Ralph Lauren, Calvin Klein y Tommy Hilfiger. A ellos los conozco y admiro su trabajo, pero siento que yo soy la versión peruana", afirma.

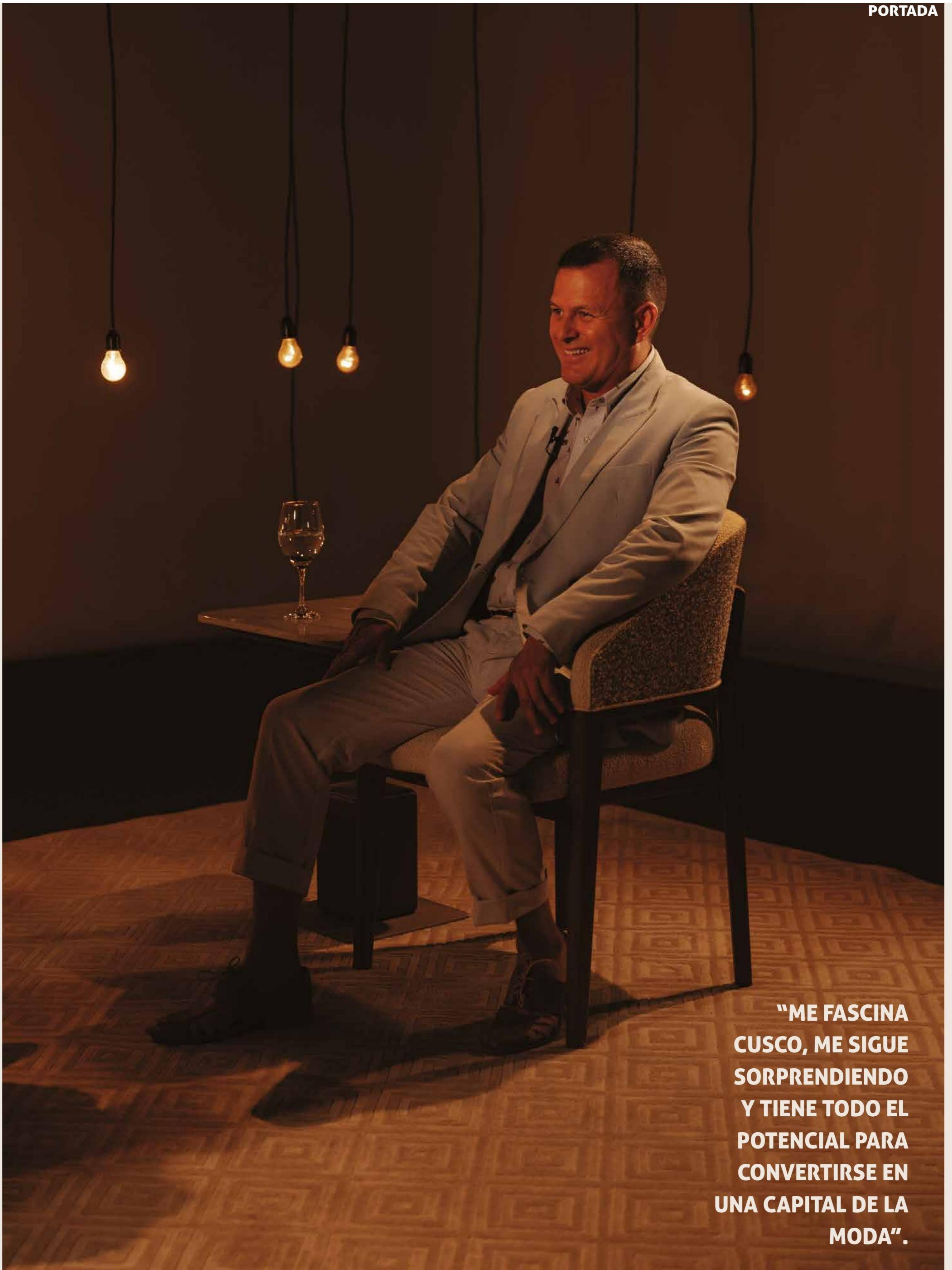
Dávila agradece a la moda estadounidense por las herramientas, pero basta escucharlo hablar para saber que fue la identidad peruana la que le dio sentido. Ese "bagaje cultural", al que hace referencia cuando se le pregunta por su inspiración, no es ornamento: es estructura, ADN, lenguaje propio. Por ello, ve con admiración como las grandes capitales han logrado tener un estilo de moda nacional, objetivo que ya se ha trazado en Cusco.

"Me fascina Cusco, me sigue sorprendiendo y tiene todo el potencial para convertirse en una capital de la moda. Muchas de las técnicas que uso son ancestrales. Mis prendas conquistan por ser de excelente calidad y de fibras peruanas. Creo que conquistarían a cualquiera que ama el detalle", apunta el diseñador.

Presentar sus colecciones en Cusco no es una casualidad. Es un gesto poético y estratégico. "Vi el desfile de Fendi en la Muralla China cuando era estudiante



ESTA ES LA TERCERA VEZ QUE SERGIO DÁVILA PRESENTA UNA COLECCIÓN EN CUSCO. EN 2023, PRESENTÓ "CHOLITAS FASHION", MIENTRAS QUE, EN 2024, PRODUJO "RAINBOW MOUNTAIN".



**"ME FASCINA
CUSCO, ME SIGUE
SORPRENDIENDO
Y TIENE TODO EL
POTENCIAL PARA
CONVERTIRSE EN
UNA CAPITAL DE LA
MODA".**



**"ASÍ COMO HAY
GENTE AMANTE DE LA
GASTRONOMÍA QUE
VIENE A COMER EN UN
BUEN RESTAURANTE,
TAMBIÉN VIENEN A
VER MODA PERUANA.
TENEMOS LA
RESPONSABILIDAD DE
MOSTRAR LO MEJOR".**

y eso me inspiró. Quiero que mis clientes y amigos convivan con el universo Sergio Dávila. Que conozcan de dónde vienen las fibras y entiendan qué hay detrás de cada prenda", resalta.

Así, sus pasarelas en la Ciudad Imperial son espacios vivos, espirituales y de una rica conexión con la cultura, sin dejar de lado, su papel como referente de la moda. Sabe que sus dos tiendas en Cusco le permiten que, incluso después del desfile, pueda seguir desarrollando una experiencia inmersiva en el universo de su marca y que esta sirva como puente para que turistas de todo el mundo conozcan el enorme potencial de la moda nacional. "Así como hay gente amante de la gastronomía que viene a comer en un buen restaurante, también vienen a ver moda peruana. Tenemos la responsabilidad de mostrar lo mejor".

LA MEMORIA COMO MUSA

Celebrar 25 años implica mirar atrás y Dávila lo hace con gratitud. Menciona a su hermana, Ada, piedra angular en la fundación de la marca: "Yo hacía los dibujos, ella era diseñadora gráfica. Me ayudaba a interpretarlos y mandaba a fabricar la ropa desde Perú. Estuvo conmigo 15 años. Su estilo de vida era parte del ADN de la marca".

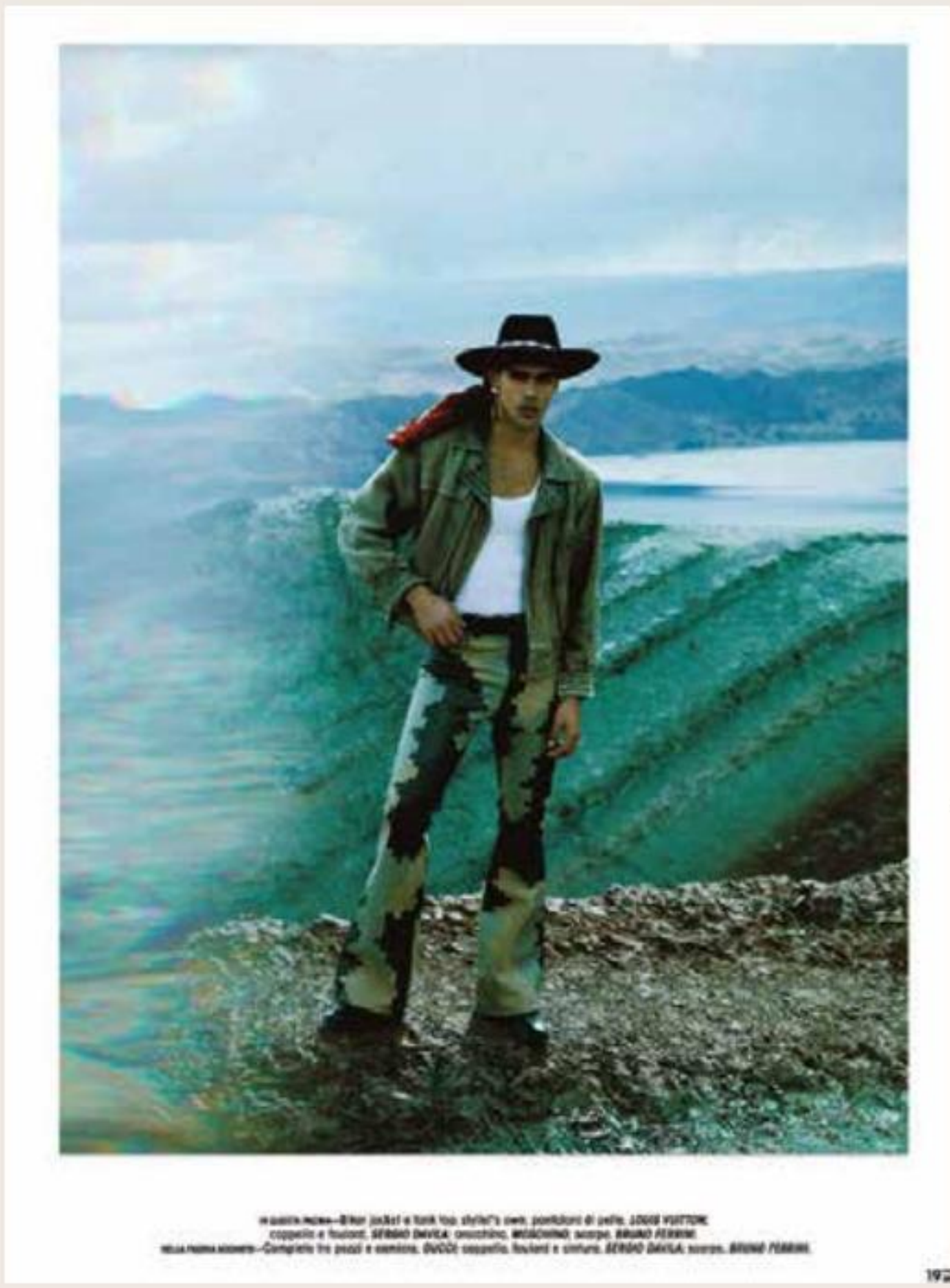
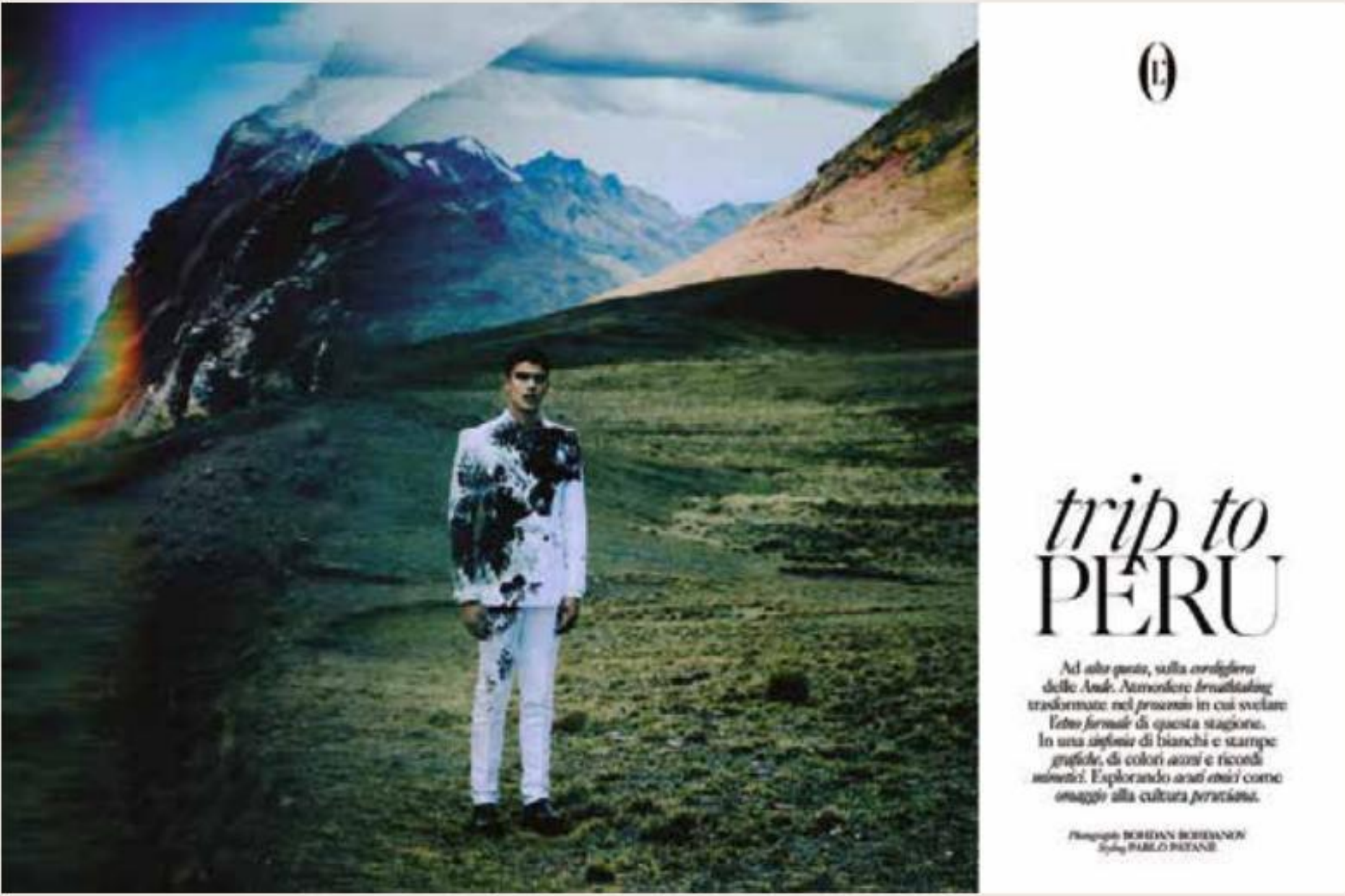
También recuerda su aporte a la moda norteamericana, en particular la transformación del tejido de punto en sportswear, lo que lo hizo merecedor del Rising Star Award en 2008. "Yo venía haciendo eso desde 2002. Y creo que esa fue mi contribución a la moda de Estados Unidos. Ya cumplí con Nueva York, con las ciudades donde crecí como diseñador", destaca.

"CUANDO HABLAMOS DE MODA, LA GENTE NO BUSCA SOUVENIRS. BUSCA IDENTIDAD. BUSCA HISTORIA EN CADA PUNTADA", ENFATIZA SERGIO.

BRUNO FERRINI

OTOÑO - INVIERNO 25





A LO LARGO DE SU CARRERA, LAS PRENDAS DE SERGIO HAN FORMADO PARTE DE EDITORIALES DE MODA EN REVISTAS INTERNACIONALES COMO L'OFFICIEL ITALIA Y L'OFFICIEL HOMMES.

Hoy su foco es otro: trabajar “de la mano de los sastres, las costureras, los jóvenes talentos” que encuentra a diario en su regreso al Perú. Para Sergio, Cusco no solo es inspiración, si no un destino de exportación de talentos. Desde artesanos hasta modelos. “Me voy cinco días a Nueva York y ya me quiero regresar para ver qué está haciendo el equipo de Sergio Davila Design”.

MODA CON PROPÓSITO Y UN LEGADO EN CONSTRUCCIÓN

El 2025 será un año especial. No solo por el aniversario, ni por el tercer desfile de Sergio en los Andes, sino por la serie de eventos que lo acompañarán. Uno de ellos, “Retrospectiva”, una exposición con muñecas de cerámica inspiradas en las musas que han vestido los diseños de Sergio a lo largo de los años. La muestra será una colaboración con el artista Tater Vera, con quien ya trabajó en 2023 en una intervención pictórica en plena pasarela y el responsable de las piezas de Sergio Davila Home. Más que una colección de cerámica, Retrospectiva será un testimonio físico del imaginario Davila: femenino, andino, místico y atemporal. Una manera distinta de revisar su propio archivo sin caer en el tributo nostálgico. Esta serie de eventos, que tendrá lugar del 8 al 13 de julio y reunirá a amigos de la marca, clientes y prensa internacional, demuestra que el poder de convocatoria de la moda puede ir más allá de lo estético. Además del desfile, Dávila ha articulado una gala con el programa Juntos del Ministerio de Inclusión Social, integrando a 50 jóvenes con discapacidad en una iniciativa de mentoría que los permita insertarse en



el mercado laboral. “La moda tiene algo de poder. Hace que la gente voltee a verte más rápido. Y si ese acto puede tener un propósito, es increíble”. Este tipo de proyectos no son nuevos en su trayectoria. Años atrás, junto al Grupo El Comercio, ofreció 20 becas completas de Diseño de Modas. Dos de esos estudiantes hoy trabajan con él, uno en Lima y otro en Nueva York. “No hay ser humano más agradecido que la juventud. Y eso es lo más gratificante”.

DE PERÚ PARA LAS AMÉRICAS

“Yo soy un puente que une las Américas”, dice con convicción. Y no es una metáfora gratuita. Dávila ha logrado lo que pocos diseñadores latinoamericanos: hablar el lenguaje de la moda internacional sin renunciar a su acento. Ganó premios en Nueva York, desfiló en Ibiza, París y Miami, pero ha vuelto al Perú para consolidar un nuevo eje: la moda como industria nacional, respetuosa del artesano y abierta al futuro. Sus tiendas en Cusco ya reciben visitantes de Londres, Dallas, Tokio. Clientes que no buscan souvenirs, sino identidad. Que quieren llevarse una historia tejida con manos peruanas. Así, la colección “Camino a Machu Picchu” no solo es una serie de prendas; es una metáfora. La pasarela —nos adelanta Dávila— se desplegará en una representación del puma que, desde el aire, se dice que forma la ciudad de Cusco. Desde ahí partirán las modelos, como si caminaran entre siglos de historia. “Es la primera vez que hago algo tan mágico, donde puedo volar mi imaginación sin miedo. Hoy me siento cómodo, con la libertad de dar mi punto de vista y seguir adelante”. Sergio no ha parado de sonreír en toda la entrevista, mira hacia atrás y tiene la certeza de que le apostó todo a una industria que ha sabido devolverle con creces su esfuerzo. Sin embargo, reconoce que aún hay un futuro prometedor. Con la sabiduría del que vuelve sabiendo que nunca se fue, celebra sus 25 años no desde una cima, sino desde el camino que sigue abriéndose, paso a paso, fibra a fibra, mirada a mirada.



ADA: LA MUJER DETRÁS DEL ÉXITO DE SERGIO DAVILA DESIGN

SU LEGADO NO SE MIDE EN AÑOS NI TÍTULOS, SINO EN LA HUELLA SILENCIOSA QUE DEJÓ EN QUIENES LA CONOCIERON. A DOS MESES DE SU PARTIDA, SERGIO LE RINDE HOMENAJE A SU HERMANA, SOPORTE Y GUÍA INVISIBLE DETRÁS DE CADA UNO DE SUS PASOS EN EL MUNDO DE LA MODA.

Hay presencias que no se van. Se quedan en la esencia de las cosas que ayudaron a construir, en los gestos que inspiraron, en los caminos que abrieron con amor y visión. Con ese paradigma, Sergio Davila recuerda a Ada Gabriela. Hermana, cofundadora, cómplice y corazón palpitante detrás de Sergio Davila Design. Su legado trasciende la moda: es una historia de entrega, generosidad y profundo compromiso con su familia, su país y la belleza como acto de servicio. Diseñadora gráfica de formación, Ada supo interpretar desde el inicio los códigos de la marca que llevaría el nombre de su hermano, y los convirtió en una identidad que cruzó fronteras. Gracias a su trabajo incansable, Sergio Dávila se convirtió en el primer Embajador de la Marca Perú en el rubro del diseño en 2011. Pero más allá de los reconocimientos, Ada fue quien tejió, sin buscar reflectores, los vínculos sólidos con textileras, fábricas y talleres. Siempre con una sonrisa, con templanza, con esa humanidad serena que deja huella. Durante los 15 años que trabajó junto a Sergio, Ada no solo fue su mano derecha: fue su brújula. Y aunque hace una década decidió tomar otro rumbo, le dejó a su hermano un camino organizado con el mismo cuidado con el que una madre prepara un hogar. Se dedicó entonces a la construcción, y al servicio comunitario en Punta Hermosa. Durante los huaycos, su liderazgo silencioso ayudó a muchos. Hoy, en honor a esa entrega, una pequeña plaza en Miramar



llevará su nombre. Un gesto simbólico, pero también eterno.

Ada también creyó firmemente en el poder de la educación. Junto a Sergio, impulsó becas para más de veinte estudiantes de moda en distintas zonas de Lima Metropolitana, sembrando oportunidades donde otros veían límites. Su legado está vivo en cada uno de ellos. Hablar de Sergio Dávila es hablar de Ada. Y hablar de Ada es hablar de ese tipo de amor que no necesita ser explicado, porque se siente. En cada colección, en cada decisión, en cada paso hacia adelante, Ada estará. Porque fue raíz, fue impulso y fue alma.

“ADA FUE QUIEN TEJIÓ, SIN BUSCAR REFLECTORES, LOS VÍNCULOS SÓLIDOS CON TEXTILERAS, FÁBRICAS Y TALLERES. SIEMPRE CON UNA SONRISA, CON TEMPLANZA, CON ESA HUMANIDAD SERENA QUE DEJA HUELLA”.

PUNTT ESSUTO

- Lujo & Calidad Para La Alta Costura -



 puntotessuto

 puntotessuto@gmail.com

COLECCIÓN ARTESANÍAS DEL PERÚ, EDICIÓN EXCLUSIVA



ARTESANÍAS DEL PERÚ: LA EDICIÓN EXCLUSIVA DE VICTORINOX QUE RINDE HOMENAJE A NUESTRO PAÍS

Victorinox, la marca suiza reconocida mundialmente por la calidad y durabilidad de sus icónicas navajas, vuelve a sorprender a sus clientes y presenta una colección que celebra al Perú y sus más valiosas expresiones culturales: "Artesanías del Perú, Edición Exclusiva". Esta nueva propuesta combina la

precisión del diseño suizo con el alma artesanal peruana, en una serie de navajas de bolsillo coleccionables que se convierten en verdaderas piezas de arte funcional.

Tras más de diez años de presencia en el país, Victorinox rinde homenaje a las tradiciones peruanas a través de

"ARTESANÍAS DEL PERÚ. EDICIÓN EXCLUSIVA" ES UNA EDICIÓN COLECCIONABLE DE LA ICÓNICA NAVAJA DE BOLSILLO QUE COMBINA EL RICO LEGADO CULTURAL DEL PERÚ CON LA RECONOCIDA CALIDAD DE DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE VICTORINOX.

esta edición especial inspirada en tres íconos de nuestro arte popular: el Retablo Ayacuchano, los Toritos de Pucará y el Tumi de Lambayeque. Cada diseño ha sido cuidadosamente plasmado en los modelos Classic de 58 mm (7 funciones) y Climber de 91 mm (14 funciones), combinando belleza, simbolismo y utilidad en un objeto único.

Esta edición no solo destaca por su estética, sino también por su valor cultural. Desarrollada en alianza con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), PROMPERÚ y la Dirección General de Artesanía, la colección incorpora la marca Perú en cada uno de sus diseños, aportando autenticidad y respaldo a esta iniciativa que pone en valor el talento artesanal nacional.

TRADICIÓN EN CADA DISEÑO

Cada uno de los tres motivos ha sido seleccionado por su fuerte vínculo con la historia y espiritualidad del Perú. El retablo ayacuchano: símbolo de la identidad andina, y una tradición declarada Patrimonio Cultural de la Nación; los toritos de Pucará, que simbolizan la dualidad andina y la protección del hogar, así como la fuerza y la prosperidad; y el Tumi, famoso cuchillo ceremonial del antiguo Perú, un ícono de sabiduría ancestral y conexión con lo divino.



EMBLEMA DE LA RICA HISTORIA CULTURAL E ICONOGRAFÍA DEL ARTE POPULAR PERUANO, LA EDICIÓN EXCLUSIVA "ARTESANÍAS DEL PERÚ" FUSIONA LAS TRADICIONES DEL PERÚ CON LA CALIDAD Y FABRICACIÓN DE VICTORINOX.

EDICIÓN COLECCIONABLE Y EXCLUSIVA

Además de sus acabados de primera y su funcionalidad, estos modelos se convierten en una verdadera pieza de colección gracias a detalles que elevan su exclusividad. Las primeras 1,000 unidades del modelo Climber de 91 mm incluyen una placa de plata 950 grabada con el logo de Artesanías del Perú, un accesorio que refuerza su valor simbólico y coleccionable.

La colección también cuenta con empaques especiales y una certificación oficial, lo que la convierte en un regalo ideal para quienes valoran el diseño, la historia y la cultura.

CULTURA PERUANA Y CALIDAD SUIZA EN TU BOLSILLO

"Artesanías del Perú, Edición Exclusiva" es más que una selección de navajas: es un puente entre dos mundos. Un homenaje a las manos maestras del Perú y una celebración de la innovación suiza que caracteriza a Victorinox. Esta unión perfecta entre tradición e ingeniería da como resultado un objeto funcional, duradero y cargado de significado. Lleva un pedazo del Perú siempre contigo.

Disponible en tiendas Victorinox, distribuidores autorizados a nivel nacional y en la tienda oficial online www.victorinoxstore.pe, esta colección exclusiva invita a portar una pieza de identidad cultural cada día.



SERGIO DÁVILA CELEBRA

UNA VIDA DEDICADA AL DISEÑO

Una mirada al archivo de Sergio Dávila nos permitió recopilar más de una veintena de imágenes que permiten conocer la evolución de su diseño, mostrar su alma cosmopolita y su increíble conexión con nuestro país. En esta nota, las imágenes hablan por sí solas. Y dicen mucho.



“ESTA SELECCIÓN DE IMÁGENES NO PRETENDE ENCERRAR SU OBRA EN UN ÁLBUM, SINO ABRIRLA, REVISITARLA, DEJAR QUE NOS CUENTE —UNA VEZ MÁS— CÓMO SE CONSTRUYE UNA CARRERA DESDE PERÚ, MIRANDO AL MUNDO, PERO SIN OLVIDAR DE DÓNDE SE PARTE”.

Para alguien como Sergio Dávila, acostumbrado a las luces de las pasarelas y los flashes al finalizar cada desfile, celebrar 25 años de carrera implica también mirar atrás y contemplar su archivo fotográfico. Un registro que muestra su crecimiento creativo y profesional. Sus inicios, sus años de ascenso y su posicionamiento como una de las figuras más reconocidas de la moda latinoamericana e internacional.

Dávila ha sabido crear una marca que ha tendido puentes entre tradición y modernidad, entre Lima y Nueva York, entre lo artesanal y lo urbano. Y esta línea del tiempo lo demuestra, recopilando sus primeras pasarelas, su paso por escenarios internacionales y su consagración como referente peruano del diseño.

Nacido en Lima, Dávila comenzó su carrera con la inquietud de tradu-

cir lo latinoamericano en un lenguaje contemporáneo. Desde sus primeras colecciones, dejó en claro que su propuesta iba más allá de las tendencias: era una conversación entre lo tradicional y lo moderno, entre el saber artesanal y las siluetas globales. Su estética, marcada por cortes limpios, materiales nobles y un ADN profundamente andino, fue rápidamente reconocida dentro y fuera del país.

Su gran salto llegó cuando presentó sus colecciones en Nueva York, donde supo ganarse un espacio entre las marcas independientes más relevantes de la escena. En cada pasarela, su ropa narraba una historia: de la fibra natural al diseño estructurado, del Perú al mundo. Así, Dávila fue consolidando una marca que hablaba de orgullo, identidad y sofisticación.

Pero su impacto no se limita a las pasarelas. A lo largo de estos 25 años,

Sergio ha colaborado con artesanos de distintas regiones del Perú, integrando técnicas tradicionales en piezas de alta moda. Su compromiso con el trabajo colaborativo ha sido fundamental para revalorar oficios ancestrales desde una mirada contemporánea, impulsando la moda como herramienta cultural.

Hoy, a los 25 años de ese primer boceto, Dávila celebra su trayectoria con una línea del tiempo visual: imágenes clave que resumen su evolución, sus momentos icónicos, sus búsquedas. Es un ejercicio de memoria y de proyección. Porque más que mirar hacia atrás, esta celebración reafirma su lugar en la moda como un creador que diseña con visión de futuro, sin perder la raíz.

Esta selección de imágenes no pretende encerrar su obra en un álbum, sino abrirla, revisitarla, dejar que nos cuente —una vez más— cómo se construye una carrera desde Perú, mirando al mundo, pero sin olvidar de dónde se parte.

Cada foto es una historia. Un recuerdo. Un manifiesto. Una costura entre lo que fue y lo que está por venir.

A LO LARGO DE ESTOS 25 AÑOS, SERGIO HA COLABORADO CON ARTESANOS DE DISTINTAS REGIONES DEL PERÚ, INTEGRANDO TÉCNICAS TRADICIONALES EN PIEZAS DE ALTA MODA.

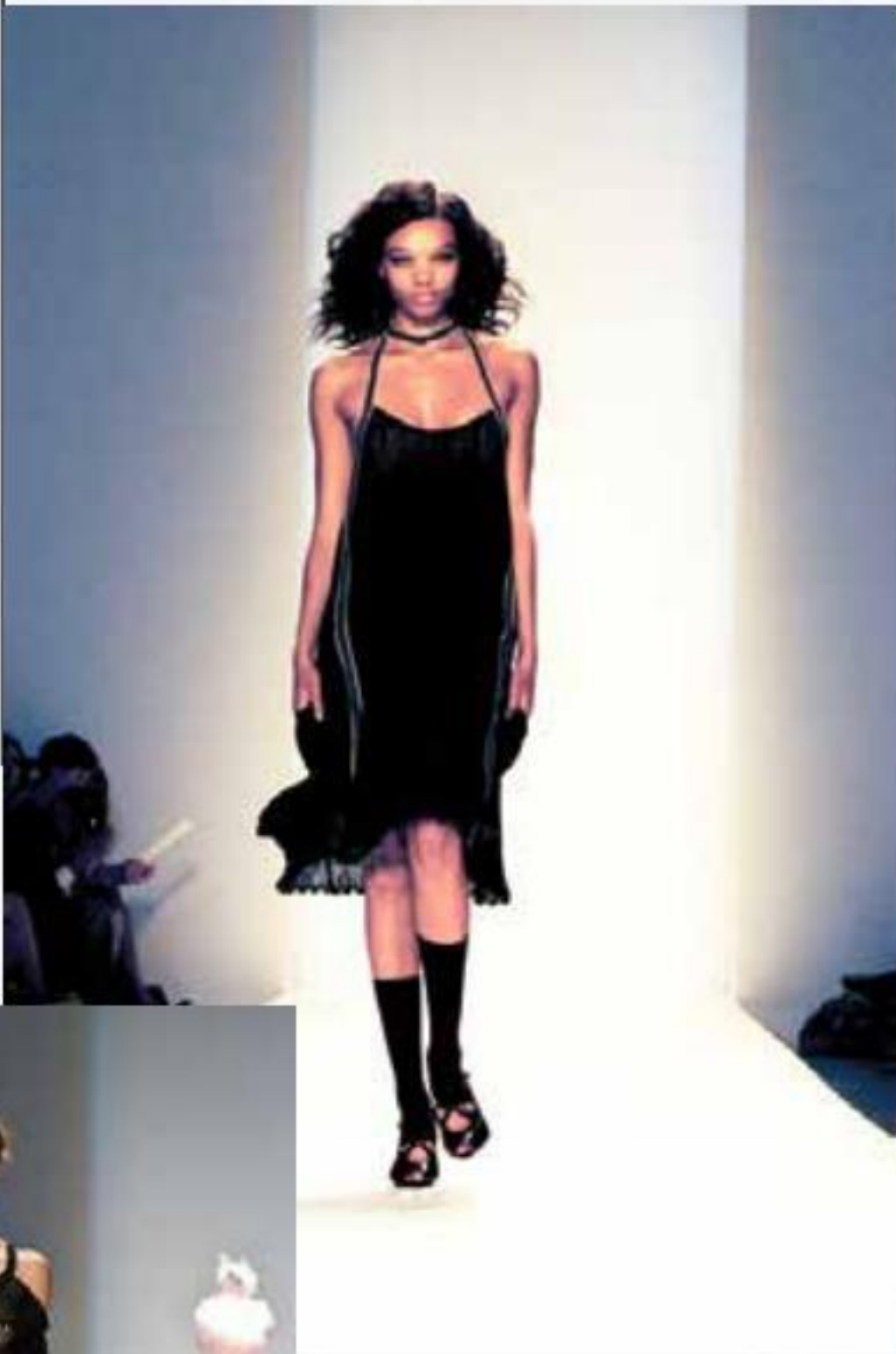
2002

SERGIO DÁVILA LANZA SU PRIMERA COLECCIÓN EN LAS CADENAS DE TIENDAS DE SAN FRANCISCO, CALIFORNIA.



2008

SERGIO DÁVILA LANZA SU PRIMERA COLECCIÓN FEMENINA EN EL MERCEDES BENZ FASHION WEEK NEW YORK EN BRYANT PARK.



2009

DÁVILA PRESENTA SUS COLECCIONES PRIMAVERA - VERANO Y OTOÑO - INVIERNO EN LA CIUDAD DE NUEVA YORK. PARALELAMENTE, ES RECONOCIDO COMO RISING STAR POR FASHION GROUP INTERNATIONAL - NUEVA YORK.



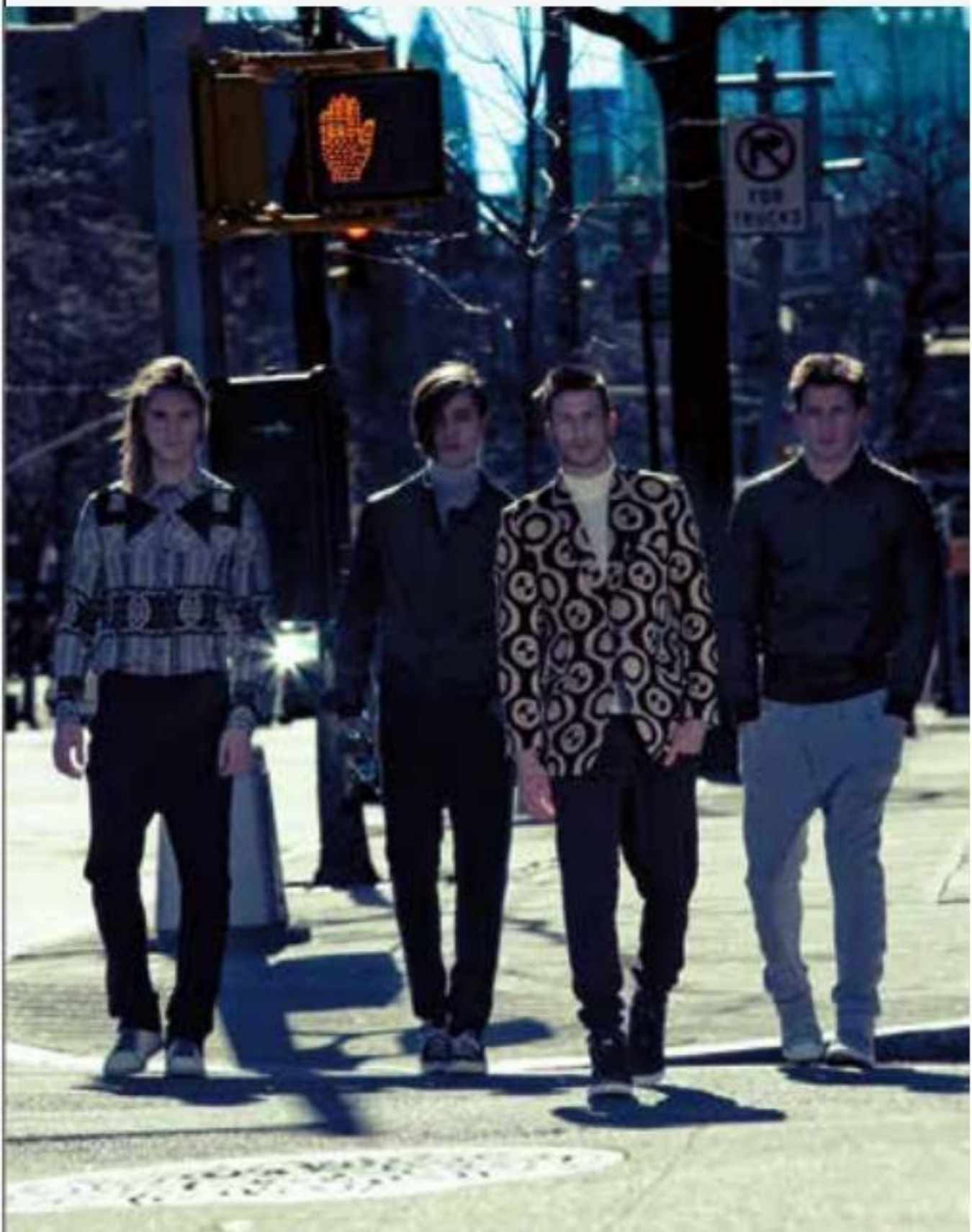
2010

DÁVILA CONTINÚA CONQUISTANDO PASARELAS INTERNACIONALES, COMBINANDO EN SUS PASARELAS, DISEÑOS PARA HOMBRES Y MUJERES.



2012

LA CAMPAÑA DE OTOÑO - INVIERNO 2012 TOMÓ LAS CALLES DE NUEVA YORK.



EL GRAN SALTO DE SERGIO DÁVILA LLEGÓ CUANDO PRESENTÓ SUS COLECCIONES EN NUEVA YORK, DONDE SUPO GANARSE UN ESPACIO ENTRE LAS MARCAS INDEPENDIENTES MÁS RELEVANTES DE LA ESCENA.



VODKA
14 INKAS
TRUE TO EARTH

MR
PERKINS
Premium Mixers

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

2013



2014

DÁVILA PRESENTÓ SU COLECCIÓN OTOÑO - INVIERNO Y LA REVISTA VOGUE LO CONSIDERÓ COMO UNO DE LOS 15 ARTÍFICES DEL MOMENTO.



2015



EN 2001, SERGIO INICIÓ LOS BOSQUEJOS DE SU MARCA CON EL PERUVIAN KNITTED FISHERMAN, LLEVADO AL SPORTSWEAR HASTA EL DÍA DE HOY CON EL HAUTE COUTURE FALL 2025/26. FIEL A SU ESTILO DE LLEVAR EL TEJIDO DE PUNTO DE MANERA SPORTSWEAR, ÚNICA Y ATEMPORAL.

2016



2017



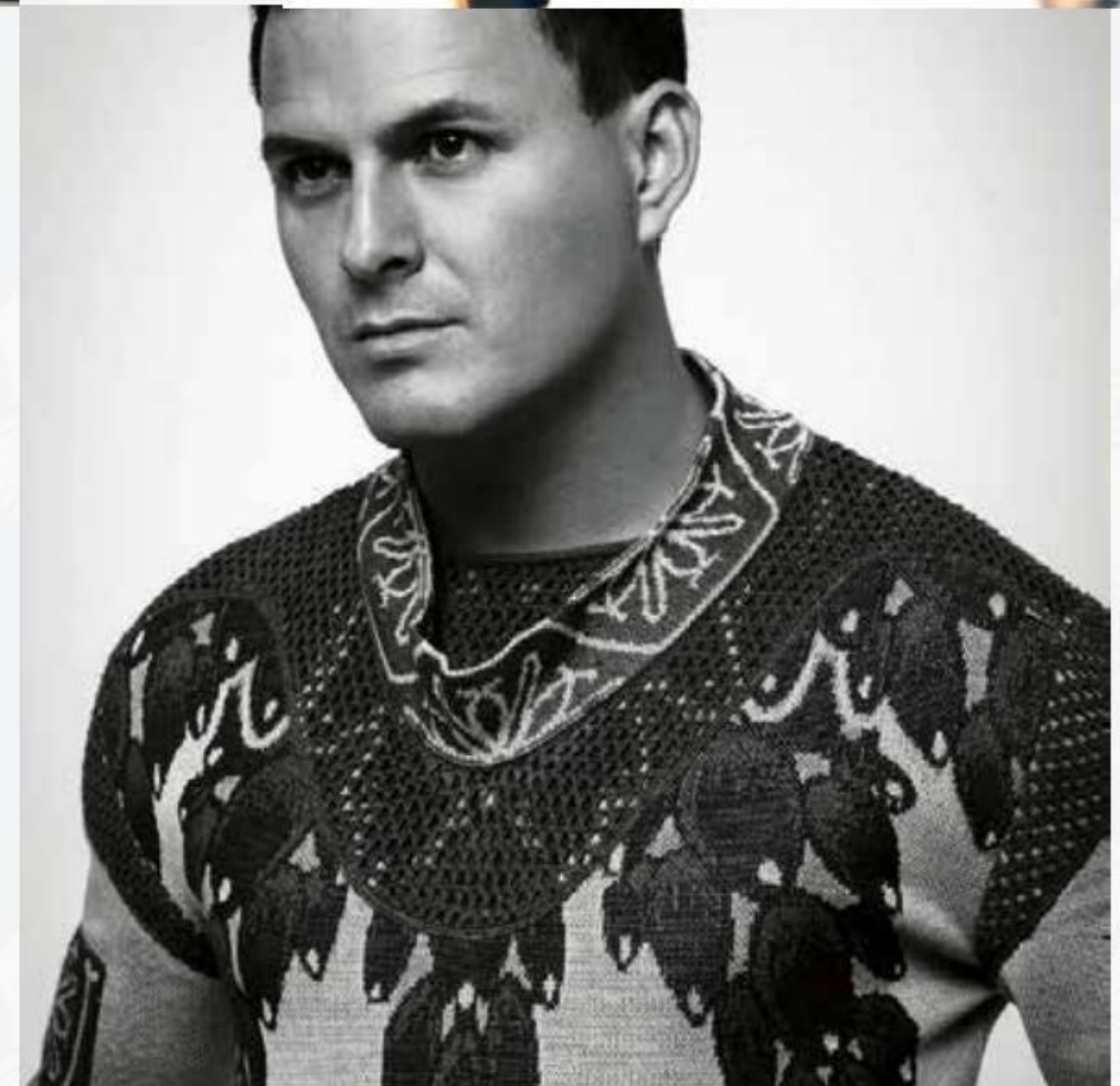
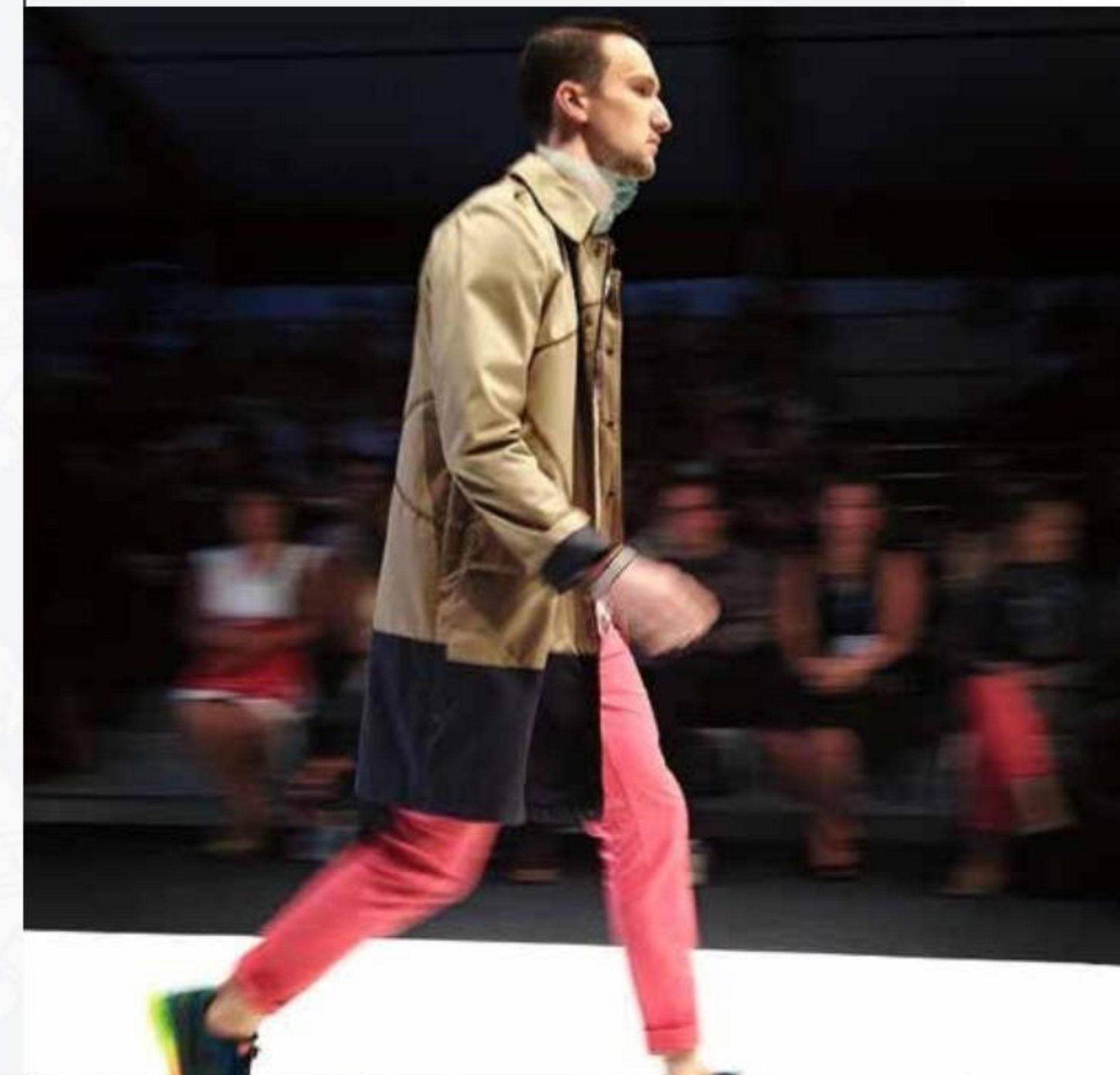
2018



2019



2020



2021

SERGIO DÁVILA LANZA SU LÍNEA NOVIAS Y NOVIOS.



2022



2023

UNA EDITORIAL PROTAGONIZADA POR LA EX REINA DE BELLEZA, JANICK MACETA, CON PRENDAS DE SERGIO DÁVILA, FUE PORTADA DE LA REVISTA INSTYLE. A LA PAR, DÁVILA PRESENTÓ SU COLECCIÓN DE NOVIAS 2023-2024, INSPIRADA EN EL COSTUMBRISMO Y LAS TRADICIONES LIMEÑAS.



2024

LA SILUETA DEL ANDE EN PARÍS. LOS ARRULLOS DEL VIENTO ANDINO QUE ACOMPAÑAN LAS TARDES SOLITARIAS DE LOS CAMPESINOS QUE LABRAN LA TIERRA CON ABNEGADO ESFUERZO LLEGARON A LA CIUDAD DE LA LUZ.

2025

DÁVILA PRESENTÓ SU COLECCIÓN RESORT 2025. EN JULIO DE ESTE AÑO, PRESENTA SU DESFILE "CUSCO ALTA MODA 2025", CON UNA SERIE DE ACTIVIDADES QUE VAN DEL 8 AL 13 DE JULIO, REUNIENDO A INVITADOS, AMIGOS DE LA MARCA Y PRENSA INTERNACIONAL.





SAMSONITE EN CUSCO: LUJO Y FUNCIONALIDAD EN EL CORAZÓN DE LOS ANDES

Desde hace más de un siglo, Samsonite ha sido sinónimo de elegancia, innovación y calidad en el mundo del equipaje. Hoy, ese legado de sofisticación y funcionalidad tiene un nuevo punto de encuentro: la ciudad de Cusco. Enclavada en el mítico ombligo del mundo, esta tienda representa no solo una expansión estratégica, sino también una invitación a vivir el viaje con estilo.

Ubicada en Real Plaza de Cusco, esta sede fue inaugurada en agosto del año 2024, y se ha consolidado como una parada obligada para viajeros exigentes y amantes del diseño. En su interior, la curaduría de productos revela una propuesta versátil y de alto nivel: desde las emblemáticas maletas de Samsonite, símbolo de resistencia, calidad y distinción, hasta mochilas urbanas y accesorios ideales para ex-

plorar el mundo —o simplemente para destacar tu estilo en el día a día.

En esta octava tienda de Samsonite en Perú, los viajeros más exigentes podrán encontrar opciones que van desde juegos de maleta de alta gama, diseños ideales para viajes de trabajo, e incluso alternativas para aventuras outdoor. Asimismo, la tienda cuenta con una amplia variedad de mochilas ejecutivas, para ir a clases, bolsos y complementos urbanos.

Samsonite Cusco ofrece colecciones seleccionadas de marcas que forman parte de su portafolio, como American Tourister, marca dirigida al viajero joven y desenfadado; Secret, marca de carteras y accesorios que destaca por su estilo femenino y versatilidad; y Xtrem, la alternativa juvenil que viene liderando el mundo de las mochilas.



Samsonite Cusco no es solo una tienda: es un punto de partida. Un lugar donde los viajes —ya sean físicos o simbólicos— comienzan con propósito y estilo. Porque viajar, como la vida misma, se disfruta más cuando se hace con piezas que acompañan cada paso con carácter, diseño y la seguridad que solo los accesorios de Samsonite te pueden brindar.

LA TIENDA DE SAMSONITE EN CUSCO SE HA CONVERTIDO EN UNA PARADA OBLIGATORIA PARA VIAJEROS EXIGENTES Y AMANTES DEL DISEÑO.



1

POLLERA 3D EN CLOQUÉ SEERSUCKER

Silueta escultórica y movimiento. Esta pollera tridimensional, confeccionada en cloqué seersucker, explora los límites del volumen y la forma. Sergio Dávila la reinventa como un statement de feminidad y arquitectura textil.



2

CASACA DE PIEL DE BORREGO

La elegancia toma forma en esta casaca de espíritu atemporal, ideal para el invierno. Confeccionada en piel de borrego, es un manifiesto de lujo sobrio, textura envolvente y silueta poderosa. Un abrigo que abraza la herencia andina desde una mirada cosmopolita.

CINCO PIEZAS, UNA VISIÓN

A lo largo de su carrera, Sergio Dávila ha construido un universo donde el diseño latinoamericano dialoga con el mundo. Su estética ha sido sinónimo de sofisticación, modernidad y raíces. En esta selección personal, el diseñador revela sus cinco prendas más icónicas: piezas que no solo marcaron momentos clave en su trayectoria, sino que también capturan su ADN creativo.

POR ARIANNA GONZALES



3

**KNITTED DOGGIE TRENCH
"EL TRENCH DEL PERRITO
PERUANO"**

Un homenaje entrañable al Perú y a su símbolo canino más singular. Este trench tejido con detalles artesanales evoca ternura, irreverencia y diseño con carácter. El perrito sin pelo del Perú —emblema de cultura ancestral— se transforma aquí en una figura de culto pop con sello de autor.

4

**MEDIAS LANCASTER BY
SERGIO DAVILA**

Estas medias llevan el ADN de Lancaster reinterpretado por Dávila. Una prueba de que la moda también puede empezar por los pies y dejar huella.



5

**BUZO BOLT/RAYO EN
ALGODÓN TANGUIS**

Una pieza elevada. El rayo, símbolo de fuerza e impulso creativo, atraviesa este buzo hecho en algodón Tanguis, una fibra peruana de alta calidad. Cálido y cómodo, refleja el pulso contemporáneo del diseñador.





EL NOMBRE DE TATER VERA ES SINÓNIMO DE EXCELENCIA EN EL ARTE POPULAR PERUANO. NACIDO EN CUSCO, PROVIENE DE UNA FAMILIA DE ARTISTAS Y COLECCIONISTAS.

TATER VERA RINDE HOMENAJE A SERGIO DÁVILA

CUANDO LA ALTA MODA SE MOLDEA EN BARRO

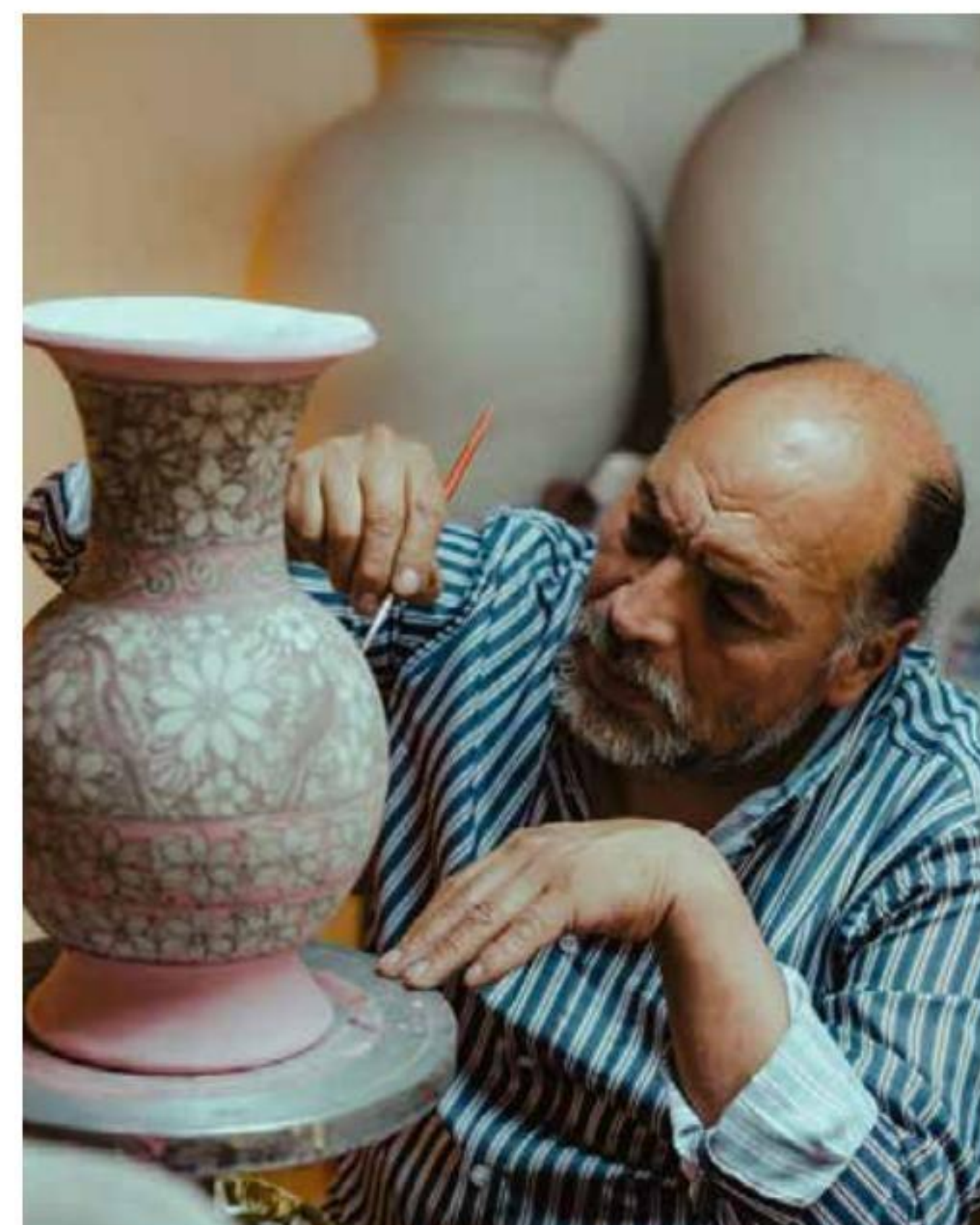
¿Qué ocurre cuando el arte popular y la alta moda se encuentran? La respuesta está en barro cocido: muñecas de cerámica que inmortalizan rostros diversos, diseñadas por Tater Vera e inspiradas en celebridades vestidas por Sergio Dávila. Una colaboración que no sólo revaloriza el arte peruano, sino que lo proyecta hacia el mundo con orgullo y profundidad.

POR DANIELLA BEJARANO SANGAMA

La cerámica y la moda pueden parecer mundos distantes, pero cuando convergen bajo la mirada de dos creadores peruanos con visiones complementarias, el resultado es una celebración de identidad, diversidad y arte. Tal es el caso de la colaboración entre el reconocido ceramista cusqueño Tater Vera y el diseñador internacional Sergio Dávila, que da vida a una propuesta sin precedentes: una colección de muñecas de cerámica inspiradas en las musas y modelos que han vestido las creaciones de Dávila a lo largo de sus 25 años de carrera.

La historia comienza con una visita casual. Sergio llega al Museo Taller Galería Tater Vera, ubicado en Cusco, y propone una colaboración. Pronto, la conversación se transforma en una alianza estratégica que toma forma primero en la colección Andean Popular, un "homenaje al cholito y la cholita andina". "Trabajamos con elementos iconográficos tradicionales, basados en tejidos de transición y republicanos que tengo en mi colección", cuenta Tater en entrevista con 'Asia Sur'. Esta primera serie sentó las bases para un proyecto mucho más ambicioso: una serie escultórica de

EL MUSEO TALLER GALERÍA TATER VERA ES MUCHO MÁS QUE UN ESPACIO EXPOSITIVO. ES UN CENTRO DE DIFUSIÓN CULTURAL, UNA ESCUELA NO FORMAL Y UNA EXPERIENCIA SENSORIAL PARA QUIENES LO VISITAN.



“QUEREMOS QUE QUIENES VENGAN A CUSCO DIGAN: ‘VISITÉ EL MUSEO TATER VERA Y FUE UNA EXPERIENCIA INOLVIDABLE’. PARA ESO, CADA RINCÓN ESTÁ CUIDADOSAMENTE DISEÑADO. LA CURADURÍA ES CLAVE. CADA OBJETO TIENE UNA HISTORIA QUE CONTAR”.



gran escala que celebra el legado de Dávila a través de la cerámica.

SOBRE EL PROYECTO

La nueva colección, que se presentará oficialmente este 8 de julio en Cusco, consiste en una serie de esculturas de cerámica hechas a mano que reproducen a escala las figuras de modelos y musas reales que han formado parte de los desfiles de Dávila, tanto en Perú como en el extranjero. Desde rostros andinos hasta perfiles europeos, desde cabellos rubios hasta trenzas tradicionales, cada pieza captura la diversidad que ha caracterizado el trabajo del diseñador.

“Vamos a poder presenciar varones con ojos verdes, pardos, peladitos, y también musas, incluyendo a figuras importantes como Sandra Lee Christiansen, ex primera dama de Nueva York”, explica Tater. Las piezas integran no solo los rasgos físicos y los atuendos diseñados por Dávila, sino también detalles cerámicos minuciosos. “Como son esculturas bien

VERA ESTUDIÓ EN LA ESCUELA DE BELLAS ARTES, DONDE SE FORMÓ COMO ESCULTOR Y CERAMISTA. UNO DE LOS RECONOCIMIENTOS MÁS GRANDES DE SU CARRERA ES EL SELLO DE EXCELENCIA DE LA UNESCO.

caprichosas, el reto es colocar los colores y los diseños de Sergio. Nunca he hecho diseños europeos, americanos; siempre han sido latinos”, comparte.

El proyecto ha sido desarrollado durante ocho meses. “Vamos a representar a todas las figuras que él ha vestido en toda su trayectoria, tanto varones como mujeres. Incluyendo personajes con diferentes colores de piel, tipos de cuerpo, ojos, y también sus musas. Es un reto muy interesante”, afirma el ceramista.





"HAY QUE ESTAR ORGULLOSO DE TANTA RIQUEZA CULTURAL, DE TANTAS OBRAS MARAVILLOSAS QUE NOS DEJARON AQUELLOS MAESTROS DEL ARTE POPULAR. NOSOTROS SEREMOS LA CONTINUIDAD DE ESE LEGADO".

Entre las figuras representadas en las esculturas se encuentran personalidades como Sebastián Sauve, Gian Marco Zignago, Scott Weiland, Brian Shimansky, Sandra Lee Christensen, Jonathan Márquez, Leigh Lezark, Arthur Sales, miembros de Stone Temple Pilots y The Veronicas, entre otros. Todos han sido parte del universo creativo de Dávila y ahora encuentran una nueva forma de inmortalización a través de la cerámica.

VERA TRABAJA EN UNA COLECCIÓN DE MUÑECAS DE CERÁMICA INSPIRADAS EN LAS MUSAS Y MODELOS QUE HAN VESTIDO LAS CREACIONES DE DÁVILA A LO LARGO DE SUS 25 AÑOS DE CARRERA.

TATER VERA: MAESTRO DEL BARRO, EMBAJADOR DEL ARTE PERUANO

Desde niño, Tater Vera supo que su vida estaría ligada al arte. Nacido en Cusco, creció entre muebles coloniales y cerámica, influenciado por una familia de artistas y coleccionistas. Formado como escultor y ceramista, ha sido reconocido con el sello de excelencia de la UNESCO. Su obra revalora el legado del arte popular peruano: "Amar al Perú es honrar a nuestros maestros. Somos continuidad de una historia hecha con manos, barro y memoria."

EL MUSEO: UN SUEÑO HECHO REALIDAD

El Museo Taller Galería Tater Vera, a pocos metros del aeropuerto de Cusco, es más que un espacio expositivo: es un centro cultural y una experiencia sensorial. "Es un centro de iluminación de arte popular", señala. Este 8 de julio, junto a la presentación con Sergio Dávila, inaugurará un salón en homenaje al historiador Pablo Macera, figura clave en su formación: "Creo que fue él quien me impulsó a amar lo nuestro".

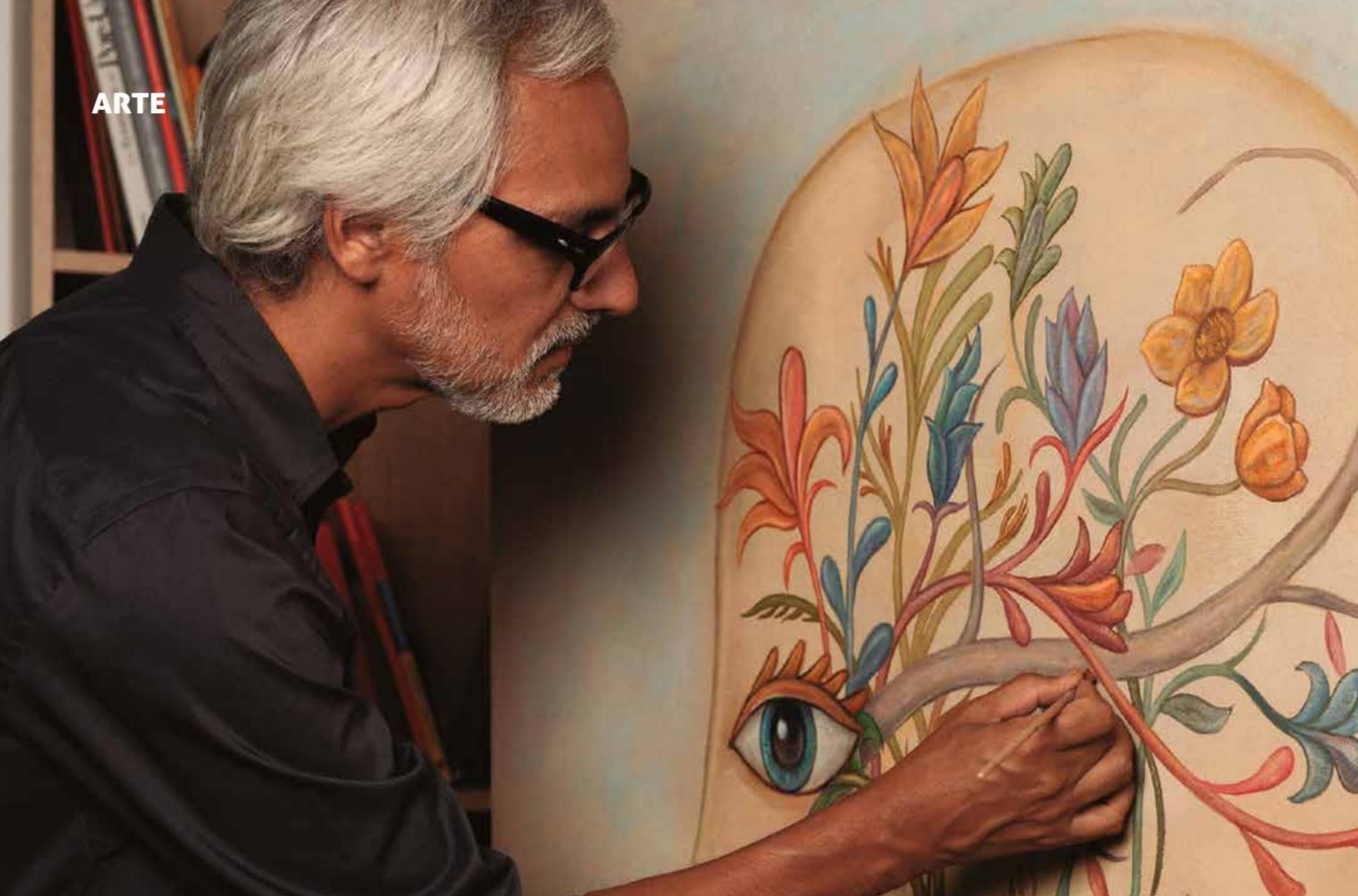
DESCENTRALIZAR EL ARTE, DEMOCRATIZAR LA BELLEZA

Otro de los ejes centrales de la filosofía de Tater Vera es la descentralización del arte. "Siempre he tenido un proyecto muy grande. Descentralizar. Crear nuevos espacios, y que venga la gente a conocer más de nuestra cultura".

Su visión es ambiciosa: recibir tanto al turista promedio como a coleccionistas y expertos internacionales. "Queremos que quienes vengan a Cusco digan: 'Visité el Museo Tater Vera y fue una experiencia inolvidable'. Para eso, cada rincón está cuidadosamente diseñado. La curaduría es clave. Cada objeto tiene una historia que contar".

La colección de muñecas de cerámica, fruto de la colaboración entre Tater Vera y Sergio Dávila, no es solo un ejercicio estético. Es un acto de memoria, de homenaje, de innovación y, sobre todo, de amor por el Perú. Un recordatorio de que las grandes historias artísticas comienzan cuando dos visiones coinciden en el deseo de celebrar lo nuestro.





FITO ESPINOSA

CONECTAR DESDE EL ARTE

El artista peruano anuncia la presentación de un compendio de su obra. La propuesta reúne 50 imágenes que exploran el universo emocional que lo ha posicionado como referente de arte simbólico en Latinoamérica. Desde la vulnerabilidad de sus personajes, Fito sigue expandiendo un universo donde el arte es un refugio, un espejo y una forma de conectar.

En el panorama artístico peruano, pocos nombres resuenan con tanta familiaridad emocional como el de Fito Espinosa. Artista plástico, pintor, dibujante, narrador y, ahora, un canal para vivir experiencias artísticas y corporativas. Fito ha logrado lo que muchos artistas sueñan: que su obra no solo se reconozca visualmente, sino que se sienta. Porque más allá de los trazos estilizados, los personajes etéreos y las frases poéticas, lo que realmente ofrece es un espejo para nuestras emociones más íntimas.

Este noviembre, Espinosa presentará una de sus propuestas más personales: un compendio de 50 obras que condensan su imaginario simbólico, reunidas en una publicación que explica la intención y la profundidad detrás de cada una. "Es un intento por acercar aún más a las personas a ese mundo emocional que he construido durante años", comenta.

Sus obras se han convertido en una forma de compañía diaria para muchos. No sorprende entonces que, piezas como su agenda anual—con más de cinco ediciones y 50, 000 ejemplares— sea un éxito en ventas. "Mis personajes no son héroes, ni ganadores. Creo que lo que conecta con la gente es que hablo desde la vulnerabilidad, desde esa parte de nosotros que muchas veces escondemos", reflexiona el artista.

UN ESPACIO PARA EL ARTE

El universo simbólico de Fito no solo crece en papel o lienzo. En los últimos años, decidió dar un paso más: abrir un nuevo espacio en su galería, que sea un lugar de encuentro y a su vez refleje su mundo creativo. Así nació "Lugar Infinito Café". "Queríamos un lugar donde la gente no solo venga a comprar o a conocer mi obra, sino a quedarse, inspirarse y reencontrarse", explica.

LA GALERÍA-CAFÉ DE FITO ESPINOSA ES UN ESPACIO QUE PROMUEVE LA CONEXIÓN EMOCIONAL A TRAVÉS DEL ARTE.



Hoy, ese proyecto va creciendo. El segundo piso de la galería viene siendo remodelado para convertirse en un espacio de exhibición permanente de obras, bocetos y procesos de sus diferentes etapas, desde el año 1995. A su vez, este lugar servirá para alojar artistas invitados. Fito ya ha comenzado a colaborar con talentos emergentes, como el trujillano Juan José Burga, y espera seguir abriendo las puertas a nuevas voces del arte nacional. "Es importante compartir este espacio con otros, porque todos tenemos algo que contar desde lo emocional, desde lo simbólico", afirma.

UN NUEVO RUMBO

Además de su faceta visual y plástica, Fito viene explorando la música, una pasión que ha cultivado por años. Con maquetas grabadas y canciones produciéndose, su versatilidad no deja de sorprendernos. Hoy, se prepara para mostrar esta nueva dimensión creativa, sin dejar de lado la pintura: "Cuando tu pasión se convierte en tu trabajo, necesitas otro refugio. Para mí, ese lugar es la música".





FITO ESPINOSA

Lugar Infinito
Arte, Café, Encuentro

www.fitoEspinosa.com

Fito Espinosa Galería
@fitoespinosaoficial
+51 979 726 178

Av. Grau 324 Miraflores, Lima 15074 ~ PE

Lugar Infinito Café
@lugarinfinitocafe
+51 914 383 949





EL PERÚ ES MUCHO MÁS QUE UN PROVEEDOR DE MATERIAS PRIMAS. TAMBIÉN SE HA POSICIONADO COMO UN EPICENTRO DEL LUJO CONSCIENTE, DONDE EL RESPETO POR LA NATURALEZA Y LA CADENA DE PRODUCCIÓN ES PARTE DEL VALOR FINAL DE LA PRENDA.

LA RUTA DEL LUJO QUE NACE EN EL PERÚ

Una travesía por los orígenes de las fibras peruanas más valoradas por la moda consciente.

—
POR REDACCIÓN ASIA SUR
—

En un mundo donde la trazabilidad y la sostenibilidad son claves en la industria de la moda, el Perú se posiciona como un referente indiscutible del lujo natural. Con paisajes que van desde las alturas andinas hasta los fértiles valles costeros, este país es cuna de algunas de las fibras más finas y codiciadas del planeta: la alpaca, la vicuña y el algodón pima. Pero más allá de su calidad inigualable, cada una de estas fibras encierra una historia que merece ser contada: la de comunidades, saberes ancestrales, procesos respetuosos con el ambiente y una cadena de valor que transforma la tradición en sofisticación.

Hoy, más que nunca, las grandes casas de moda y diseñadores independientes buscan no solo belleza y exclusividad, sino también propósito. Y es en esa búsqueda que el Perú se revela como un territorio fértil, donde el lujo se hila con paciencia, identidad y compromiso.





FIBRAS COMO LA ALPACA Y LA VICUÑA NO SOLO SON SINÓNIMO DE LUJO NATURAL, SINO QUE TAMBIÉN CUENTAN UNA HISTORIA PROFUNDAMENTE CONECTADA CON LAS TIERRAS ALTOANDINAS DEL PERÚ.

EL LUJO ES EL ORIGEN

El verdadero lujo hoy está en el origen: en saber quién hizo nuestra ropa, cómo fue creada, con qué materiales y bajo qué condiciones. Las fibras peruanas representan ese nuevo ideal de sofisticación. En cada hebra de alpaca, en cada hilo de algodón pima, hay un país que se reinventa sin perder la memoria. Y esa memoria es la que convierte a la moda hecha en Perú —desde su fibra— en una experiencia genuina de lujo con identidad.



KUNA: EL LUJO ANCESTRAL ELEVADO A ARTE TEXTIL

Kuna ha logrado posicionar a las fibras peruanas —especialmente la alpaca y la vicuña— en el escenario internacional con una propuesta estética y sofisticada, profundamente conectada con el origen.

Su valor diferencial está en el control total de la cadena de producción. Desde la crianza de los camélidos en ecosistemas altoandinos hasta la selección, hilado, teñido y confección,

cada etapa se realiza con estándares de excelencia que garantizan la pureza y trazabilidad de las fibras. Gracias a esta integración vertical, Kuna asegura no solo calidad, sino también impacto positivo en las comunidades que protegen y trabajan estas fibras ancestrales.

Uno de los hitos más importantes de la marca ha sido el desarrollar una colección de lujo llamada “Vicuña - Oro de los Andes”, una línea de piezas confeccionadas con vicuña —la fibra más fina del mundo— obtenida mediante el chaccu, una técnica ancestral que respeta el bienestar del animal. Esta práctica no solo permite conservar la especie, sino que revaloriza las tradiciones comunales en torno a la fibra.

Con una estética elegante y atemporal, Kuna conjuga modernidad y memoria. Cada prenda cuenta una historia de conexión entre naturaleza, cultura y diseño.

LUJO SILENCIOSO DESDE LA RAÍZ: EL ALGODÓN PIMA SEGÚN MOSQUEIRA

Otra de las fibras más exclusivas del Perú es el algodón pima, cultivado en los valles de la costa norte. Su suavidad, brillo natural y durabilidad lo convierten en un textil de lujo silencioso que conquista cada vez más espacios en el diseño nacional.

Para César Mosqueira, fundador de “Mosqueira”, trabajar con esta fibra es un compromiso con la autenticidad. “El algodón pima peruano no solo es sinónimo de orgullo, sino una declaración de identidad. Más que una elección textil, es un compromiso con nuestra herencia y con el futuro de la moda hecha en el país”, afirma.

La marca ha desarrollado un modelo de producción basado en el respeto por el origen: el algodón es recolec-

tado a mano, sin maquinaria, y luego tratado por fábricas aliadas que garantizan condiciones éticas y una trazabilidad rigurosa. “Para nosotros, la trazabilidad es un compromiso real, no un discurso de marketing. Exigimos a todos nuestros proveedores la documentación y certificaciones que respalden al 100 % la autenticidad del algodón pima peruano que usamos. No solo nos importa qué fibra llevamos a manos de nuestros clientes, sino también cómo se produce, en qué condiciones y con qué impacto”, añade Mosqueira.

Uno de los aspectos más innovadores de la marca es la incorporación de un experto interno que audita todo el proceso —desde el campo hasta la prenda final— y verifica la calidad a través del uso de parámetros USTER, que evalúan la uniformidad, resistencia y pureza del hilo; y del romaneo, un documento que certifica el origen y autenticidad del algodón pima peruano. También, al cierre del año, iniciarán el desarrollo de tecnología blockchain aplicada a sus prendas, lo que redefinirá la autenticidad, la exclusividad y la relación entre el consumidor y la ropa.

“Proponemos otra definición de lujo: el lujo como integridad. Una prenda bien hecha, sin atajos ni compromi-



sos, que resista el tiempo y cuente una historia real”, concluye, mientras anuncia el lanzamiento de su primera colección para mujeres, centrada en tendencias, en julio de este año; y la segunda colección para hombres, fabricada en algodón pima peruano, en septiembre.

Además, conscientes de que el concepto de lujo está arraigado también a la evolución y la tecnología, aprovecha en comunicar su proyecto más ambicioso: Vanessa, un humano digital desarrollado exclusivamente para la marca, que representa una innovación sin precedentes, no solo en el Perú, sino en la industria global. “Vanessa será la primera asistente virtual con rostro, voz y conocimientos reales de moda peruana, diseñada para brindar asesoría personalizada en imagen y estilo, recomendar productos y resolver cualquier consulta de moda directamente desde nuestra web”, finaliza.

“HOY, EL VERDADERO LUJO NO ESTÁ EN LOS LOGOS NI EN EL PRECIO. ESTÁ EN LA AUTENTICIDAD, EN LA CALIDAD QUE SE SIENTE SIN NECESIDAD DE SER ANUNCIADA”, APUNTA CÉSAR MOSQUEIRA, FUNDADOR DE “MOSQUEIRA”, MARCA PIONERA EN EL USO DE ALGODÓN PIMA PERUANO.



UN LEGADO VIVO: LA FIBRA COMO SÍMBOLO CULTURAL

Hablar de fibras peruanas es hablar de una herencia que se remonta a miles de años. Los antiguos pueblos andinos ya dominaban técnicas de hilado y teñido que hoy siguen vigentes, preservadas por artesanos y artesanas que han aprendido de sus abuelos y que hoy enseñan a las nuevas generaciones.

La alpaca, por ejemplo, ha sido durante siglos parte fundamental de la vida de los pueblos de altura. Su fibra no solo abriga: también representa un ciclo de convivencia armónica con la naturaleza. Las comunidades que la pastorean mantienen prácticas sostenibles, en equilibrio con los ritmos del clima, los pastos y el entorno. Su cuidado no es industrial, es afectivo.

Una de las voces que mejor ha sabido interpretar este vínculo es Mariella Gonzales, fundadora de Kero Design. Su conexión con comunidades altoandinas ha puesto en valor la alpaca desde el diseño contemporáneo, sin perder la esencia de lo ancestral.

"La alpaca es más que una fibra: es un legado vivo. Cada hilo representa una historia, una tradición y una oportunidad para generar impacto real", afirma.

En esa línea, Gonzales acaba de lanzar Experiencias Kero, una propuesta inmersiva que invita a creativos, diseñadores y amantes de la moda a convivir con alpaqueros en sus comunidades y compartir conocimientos desde el respeto y la colaboración.

"Queremos que las personas no solo conozcan el origen de lo que visten, sino que lo vivan. Que entiendan que detrás de cada prenda hay tiempo, técnica, cultura, pero sobre todo, personas", explica.

Durante estos viajes, los participantes no solo aprenden de los procesos textiles andinos, sino que también aportan ideas para innovar y fortalecer los productos locales. Se trata de una ruta bidireccional de intercambio, donde el lujo se redefine como conexión profunda con el origen.

LA MISIÓN DE KERO ES EXPORTAR PRENDAS Y ACCESORIOS CON LAS MEJORES FIBRAS DE ALPACA Y ALGODÓN PERUANO, RESPETANDO LOS PRINCIPIOS DE COMERCIO JUSTO Y DESARROLLO SOSTENIBLE. ADEMÁS, ESTÁN COMPROMETIDOS CON LA EDUCACIÓN DE LAS COMUNIDADES ALTOANDINAS CON LAS QUE TRABAJAN, IMPULSANDO PROYECTOS COMO "NIÑOTECAS", DE JUAN YANGALLI.

LANCASTER

— since 1954 —

Designed

By Sergio Dávila



Un homenaje a la moda peruana
y a tu *estilo único*



www.lancaster.pe

 LancasterPeru

 Lancaster_peru

PALLAY: EL ARTE DEL TELAR ANCESTRAL HECHO MODA SOSTENIBLE

Más de cien tejedoras cusqueñas son el alma de esta firma que une diseño contemporáneo, técnica milenaria y un compromiso sostenible que transforma comunidades y conciencia

FOTOS: ARES ALANYA

LA HISTORIA DE PALLAY SE REMONTA A 2014, CUANDO SUS FUNDADORES TUVIERON SU PRIMER CONTACTO CON LA COMUNIDAD DE ACCHAHUATA Y QUEDARON IMPACTADOS POR EL TALENTO TEXTIL DE LAS MUJERES DE LA ZONA.

CONTACTO

Web: www.pallay.pe

Instagram: @pallaycusco

PALLAY no es solo una marca de moda sostenible: es una historia viva tejida por manos maestras en las alturas del Cusco. Con más de 100 mujeres artesanas de comunidades altoandinas como protagonistas, esta firma peruana nace del deseo profundo de rescatar una técnica milenaria y transformarla en prendas contemporáneas con alma, historia y un impacto real.

"Pallay" significa en quechua tanto iconografía ancestral como cosecha, un doble significado que resume la esencia de esta marca. El nombre no fue una decisión unilateral: fue elegido en conjunto con las tejedoras, quienes son el corazón de este proyecto. "Cada pieza refleja lo que la tejedora siente o quiere expresar a través de su telar", cuenta Alejandra Rivera Raffo, CEO y cofundadora de PALLAY, junto con su esposo Marcelo Henríquez Salazar. "Nuestro propósito es conectar la cultura altoandina con el mundo, visibilizando el talento de estas maestras tejedoras".

UNA HISTORIA DE CO-CREACIÓN

La historia de PALLAY se remonta a 2014, cuando Alejandra y Marcelo tuvieron su primer contacto con la comunidad de Acchahuata. Impactados por el talento textil de las mujeres de la zona, notaron también una profunda brecha entre ese conocimiento ancestral y las oportunidades reales de desarrollo económico. Durante tres años, trabajaron de la mano con las tejedoras, mejorando técnicas, hilados y procesos. Solo entonces, en 2017, nació formalmente PALLAY como marca.

El vínculo con las comunidades es todo menos transaccional. PALLAY no busca solo a las tejedoras más hábiles, sino a aquellas que sepan trabajar en equipo y compartan valores humanos. Hoy, colaboran con cuatro comunidades: Acchahuata, Chaluacocha, Hua-



cahuasi y Huilloc Alto, a más de 4.600 metros de altura. Cada relación se cultiva desde el respeto, la confianza y la permanencia a largo plazo.

EL TELAR DE CINTURA COMO RESISTENCIA CULTURAL

En el corazón de cada prenda está el telar de cintura, una técnica con más de dos mil años de historia. Preservar esta herencia textil es uno de los pilares de PALLAY. Por ello, promueven activamente la participación de tejedoras jóvenes para asegurar la transmisión intergeneracional del conocimiento.

El proceso es completamente artesanal: desde el esquilado de la fibra de alpaca u oveja, pasando por el hilado, el teñido con tintes naturales, el urdido y finalmente el tejido. Cada iconografía —cada “pallay”— es una expresión única de la tejedora, una obra artística que no se repite. “Lo que ellas plasman viene de su corazón. Cada telar es una pieza única”, afirma Alejandra.

MODA QUE CONECTA TRADICIÓN Y VANGUARDIA

Uno de los retos más estimulantes para PALLAY ha sido fusionar esta tradición milenaria con un lenguaje de diseño contemporáneo. Su propuesta está pensada para una mujer moderna, consciente y conectada con el valor de lo hecho a mano. “Queremos que nuestras piezas sean usables, pero también que conserven una carga simbólica. Estudiamos tendencias, pero siempre partimos de la tradición”, explica Alejandra.

Desde capas y chalecos hasta cojines o accesorios en cuero, cada producto PALLAY integra el telar como elemento central y se convierte en una declaración de estilo, identidad y compromiso ético.

UN CLIENTE CON CONCIENCIA

PALLAY atrae a un público que busca autenticidad, calidad y responsabilidad. Su consumidor ideal valora el proceso, se interesa por la historia detrás de la prenda y desea que su compra tenga un impacto positivo. “Son clientes que preguntan, que quieren saber quién tejió, cómo se hizo, qué representa”, comenta Alejandra.

Y ese impacto existe. No solo en lo ambiental —al tratarse de procesos



“NUESTRO PROPÓSITO ES CONECTAR LA CULTURA ALTOANDINA CON EL MUNDO, VISIBILIZANDO EL TALENTO DE ESTAS MAESTRAS TEJEDORAS”.

manuales y materiales nobles—, sino en lo social. Gracias a su modelo de trabajo sostenido, muchas tejedoras han podido mejorar la nutrición y la educación de sus familias. Un estudio antropológico reciente evidenció el valor que ellas otorgan al vínculo a largo plazo con la marca: estabilidad, reconocimiento y empoderamiento.

CAMINO AL COMERCIO JUSTO CON MIRAS A LA INTERNACIONALIZACIÓN

PALLAY está actualmente en proceso de certificación como empresa de comercio justo. Además, desde su constitución ha operado como empresa BIC (de triple impacto positivo: económico, social y ambiental). “Somos un puente entre las tejedoras y el mundo. Pero ser un puente implica una gran responsabilidad”, reflexiona Alejandra.



Con la mirada puesta en el futuro, PALLAY busca trascender fronteras. Si bien el turismo ha sido un canal importante, la marca apunta ahora a una expansión tanto nacional como internacional que le permita crecer sin depender exclusivamente de la afluencia turística. “Queremos posicionarnos como la marca de moda sostenible del Perú”, asegura Alejandra, con la convicción de quien sabe que está sembrando —y cosechando— algo mucho más grande que moda.

CON MÁS DE 100 MUJERES ARTESANAS DE COMUNIDADES ALTOANDINAS COMO PROTAGONISTAS, ESTA FIRMA PERUANA NACE DEL DESEO PROFUNDO DE RESCATAR UNA TÉCNICA MILENARIA Y TRANSFORMARLA EN PRENDAS CONTEMPORÁNEAS CON ALMA, HISTORIA Y UN IMPACTO REAL.

INSTITUTO DE SALUD INTEGRATIVA



SALUD QUE TRANSFORMA: EL ENFOQUE INTEGRAL QUE ESTÁ CAMBIANDO VIDAS EN EL PERÚ

MELISSA PAZ Y SOFÍA ARRIARÁN, FUNDADORAS DEL INSTITUTO DE SALUD INTEGRATIVA, BUSCAN TRANSFORMAR LA FORMA EN QUE ENTENDEMOS Y VIVIMOS LA SALUD EN EL PERÚ.

Fundado por dos especialistas apasionadas por la medicina funcional, el Instituto de Salud Integrativa (ISI) propone una mirada multidisciplinaria, científica y profundamente humana para prevenir y tratar enfermedades crónicas. Con un equipo altamente especializado y un enfoque centrado en la persona, el ISI marca un antes y un después en el cuidado de la salud en el país.

UNA NUEVA FORMA DE ENTENDER LA SALUD

La pandemia trajo consigo una serie de desafíos sanitarios y personales. Pero también dejó en evidencia una necesidad profunda: la urgencia de un modelo de salud más preventivo, humano y personalizado. Fue en ese contexto, en mayo del 2022, que nació el **Instituto de Salud Integrativa (ISI)**, un espacio que reúne a profesionales de diversas

disciplinas con un objetivo común: sanar desde el todo.

"El Instituto nació como respuesta a una necesidad urgente: la falta de un enfoque verdaderamente multidisciplinario en el abordaje de la salud", señalan sus fundadoras, las doctora Sofía Arriarán, PhD en Nutrición y Metabolismo, y la magister Melissa Paz, nutricionista clínica especializada en enfermedades autoinmunes. Ambas



coincidieron en una maestría en Medicina Funcional en España, donde compartieron su visión sobre una atención más integral y decidieron unir fuerzas. En solo tres meses, reunieron un equipo con una visión compartida y altamente capacitada.

Para el ISI, la salud no se debe reducir a tratar síntomas. Su enfoque se basa en comprender a la persona como un todo —cuerpo, mente, emociones y entorno— y trabajar desde ese lugar. La medicina integrativa, respaldada por evidencia científica, combina lo mejor de la medicina convencional con prácticas complementarias que priorizan la prevención, el bienestar y la participación activa del paciente en su proceso de sanación.

"Mientras el modelo convencional tiende a enfocarse en los síntomas, la medicina integrativa busca entender las causas subyacentes de la enfermedad", explican. "Además de tratar, buscamos prevenir. Y eso hace toda la diferencia".

UN EQUIPO CON VISIÓN COMPARTIDA

El corazón del Instituto de Salud Integrativa es su equipo multidisciplinario, conformado por nutricionistas, psicólogos y especialistas en prescripción del ejercicio, todos con formación de posgrado en áreas como salud digestiva, hormonal, oncológica, perinatal o

"MÁS QUE TRATAR SÍNTOMAS, EN ISI BUSCAMOS TRANSFORMAR LA VIDA DE LAS PERSONAS CON CIENCIA, PREVENCIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO CONTINUO DE NUESTRO EQUIPO MULTIDISCIPLINARIO"

fertilidad. Gracias a esta diversidad, el tratamiento se adapta a cada caso de manera profunda y personalizada.

Una de las claves del éxito de ISI es la articulación entre los profesionales. Lejos de trabajar de manera aislada, se reúnen semanalmente en juntas clínicas donde analizan los casos desde distintos ángulos. "Cada especialista aporta su mirada y experiencia para construir una estrategia de tratamiento coherente, coordinada y centrada en la persona", explican.

Este enfoque colaborativo ha generado resultados tangibles en **pacientes con enfermedades digestivas, autoinmunes, metabólicas, oncológicas y en procesos como la fertilidad o la menopausia**. "Nuestros pacientes se sienten acompañados, escuchados y empoderados. Entienden su condición, se comprometen con su proceso y logran mantener los cambios en el tiempo. Es una transformación que va más allá de lo físico", comentan con convicción.

TRATAMIENTOS PERSONALIZADOS Y HUMANOS

Cada proceso de atención en el Instituto parte de una evaluación exhaustiva: historia médica, alimentación, sueño, actividad física, salud emocional y más. Con esa información, se co-crea un plan de trabajo junto al paciente, con objetivos claros y alcanzables.

Por ejemplo, en el caso de una persona con diabetes, se diseña un plan nutricional y de ejercicios enfocado en sus objetivos metabólicos. Paralelamente, se aborda su salud emocional con acompañamiento psicológico. "El

cuerpo no funciona en compartimentos separados. Las emociones, la historia de vida y el entorno juegan un rol fundamental en la salud", afirman las fundadoras.

Este enfoque también ha tenido impacto en el público pediátrico y en salud hormonal femenina, atendiendo casos de síndrome de ovario poliquístico, endometriosis o menopausia, además de pacientes oncológicos que buscan mejorar su calidad de vida durante los tratamientos.

UN CAMINO HACIA EL FUTURO

La visión del Instituto de Salud Integrativa no se detiene. Actualmente, trabajan en el desarrollo de una línea propia de suplementos funcionales adaptados a las necesidades locales y proyectan alianzas para expandir sus servicios a más personas en todo el Perú.

Su mensaje es claro: el bienestar integral es posible, y está más cerca de lo que muchos imaginan. "Muchas veces creemos que para transformar nuestra salud debemos renunciar a lo que disfrutamos o hacer cambios drásticos. Pero lo cierto es que los grandes resultados vienen de pequeñas acciones sostenidas en el tiempo", reflexionan sus fundadoras.

A quienes aún no se animan a dar el primer paso, les recuerdan: "Cuando el tratamiento es personalizado y contempla los distintos pilares de la salud —físico, emocional y mental—, el proceso se vuelve más accesible, amable y sostenible. Lo más difícil es empezar. Lo demás, lo construimos juntos", finalizan

CADA PROCESO DE ATENCIÓN PARTE DE UNA EVALUACIÓN EXHAUSTIVA: HISTORIA MÉDICA, ALIMENTACIÓN, SUEÑO, ACTIVIDAD FÍSICA, SALUD EMOCIONAL Y MÁS.



REINVENTAR LA BELLEZA

En los últimos años, la industria de la belleza en el mundo de la moda ha experimentado una transformación profunda. Ya no se trata únicamente de resaltar la perfección o seguir estándares inamovibles. Hoy, las pasarelas —de Nueva York a París, de Milán a Tokio— reflejan una visión más inclusiva, experimental y consciente del maquillaje.

POR ARIANNA GONZALES

ESTE NUEVO CONCEPTO DE BELLEZA QUE VEMOS EMERGER NO TIENE UNA FORMA ÚNICA, NI UN COLOR DEFINIDO. ES UNA BELLEZA QUE FLUYE ENTRE LO SUTIL Y LO AUDAZ, ENTRE LO RITUAL Y LO DISRUPTIVO.

El maquillaje en pasarela ha dejado de ser un simple complemento del vestuario para convertirse en un statement artístico, un vehículo de expresión personal, cultural y hasta política. Las marcas y diseñadores ya no buscan uniformidad; celebran la diversidad de rostros, texturas de piel, géneros y estilos. Las redes sociales también han acelerado este cambio, democratizando el acceso a tendencias y empoderando a maquilladores independientes para romper reglas desde el backstage.

El 2025 reafirma este nuevo paradigma. Las semanas de la moda han sido una explosión de creatividad, donde el maquillaje no solo acompaña, sino que narra una historia visual por sí solo. Aquí, te contamos las cinco tendencias más impactantes que están marcando la pauta este año.

1. PIEL EFECTO PORCELANA: LA REINVENCIÓN DEL GLOW

En un giro que contrasta con la obsesión por el "clean look" de temporadas pasadas, las pasarelas del 2025 apuestan por un acabado más pulido y etéreo: la piel efecto porcelana. Esta tendencia busca un equilibrio entre luminosidad y perfección, inspirándose en el maquillaje tradicional asiático.



Firmas como Dior, Valentino y Jil Sander han presentado modelos con pieles trabajadas en capas sutiles de bases livianas, sérums iluminadores y polvos casi imperceptibles. El resultado es una piel pulida, sin exceso de brillo, pero con una claridad casi hipnótica. Este look exige preparación previa y cuidado, lo que también ha impulsado la tendencia del skin prep como parte esencial del maquillaje de pasarela.

2. OJOS DE IMPACTO: DELINEADOS GRÁFICOS Y SOMBRAS EN BLOQUE

El 2025 ha visto una explosión de creatividad en el delineado, que se aleja del cat eye clásico para jugar con formas geométricas, líneas flotantes y trazos dobles.

Las sombras, por su parte, abandonan el difuminado tradicional para presentarse en bloques de color intensos: naranjas, verdes, fucsias o azules

LAS MARCAS Y DISEÑADORES YA NO BUSCAN UNIFORMIDAD; CELEBRAN LA DIVERSIDAD DE ROSTROS, TEXTURAS DE PIEL, GÉNEROS Y ESTILOS.





eléctricos, aplicados de forma gráfica. No hay transición, sino intención: color que se impone como una declaración de estilo.

3. LABIOS OSCUROS: DEL GÓTICO AL GLAM

Una de las sorpresas más gratas del 2025 ha sido el regreso de los labios intensos, oscuros y sofisticados. Los tonos borgoña, ciruela y negro azulado han dominado los shows de marcas como Givenchy, Rick Owens y Yohji Yamamoto, quienes reinterpretaban la estética gótica con un enfoque moderno y sensual.

Este renacimiento no solo apela a lo dramático, sino que se convierte en un símbolo de elegancia renovada. Los labios oscuros se llevan con piel mini-



LOS LABIOS OSCUROS, IDEALES PARA LLEVAR EN UN MAQUILLAJE DE PIEL MINIMALISTA, NO SOLO APELAN A LO DRÁMATICO, SINO QUE, EN 2025, SE HAN CONVERTIDO EN SINÓNIMO DE ELEGANCIA.

“LA TENDENCIA DEL RUBOR EXTREMO CONECTA TAMBIÉN CON UNA NOSTALGIA POR LA NIÑEZ Y LA INOCENCIA, REINTERPRETADA CON UNA MIRADA SOFISTICADA Y PODEROSA”.

malista, permitiendo que sean el centro de atención. Algunas casas han apostado incluso por texturas mate aterciopeladas, mientras otras se arriesgan con acabados vinilo.

4. RUBOR EXTREMO: MEJILLAS QUE HABLAN

En contraste con tendencias anteriores donde el rubor apenas era visible, este 2025, se convierte en protagonista.

Firmas como Simone Rocha, Collina Strada y Etro han llevado el rubor desde las mejillas hasta las sienes, incluso sobre los párpados o en la punta de la nariz, creando un look casi teatral. Los tonos favoritos son los rosados intensos, duraznos saturados y rojos vivos, aplicados con brochas grandes o incluso con esponjas húmedas para lograr una intensidad dramática.

Esta tendencia conecta también con una nostalgia por la niñez y la ino-

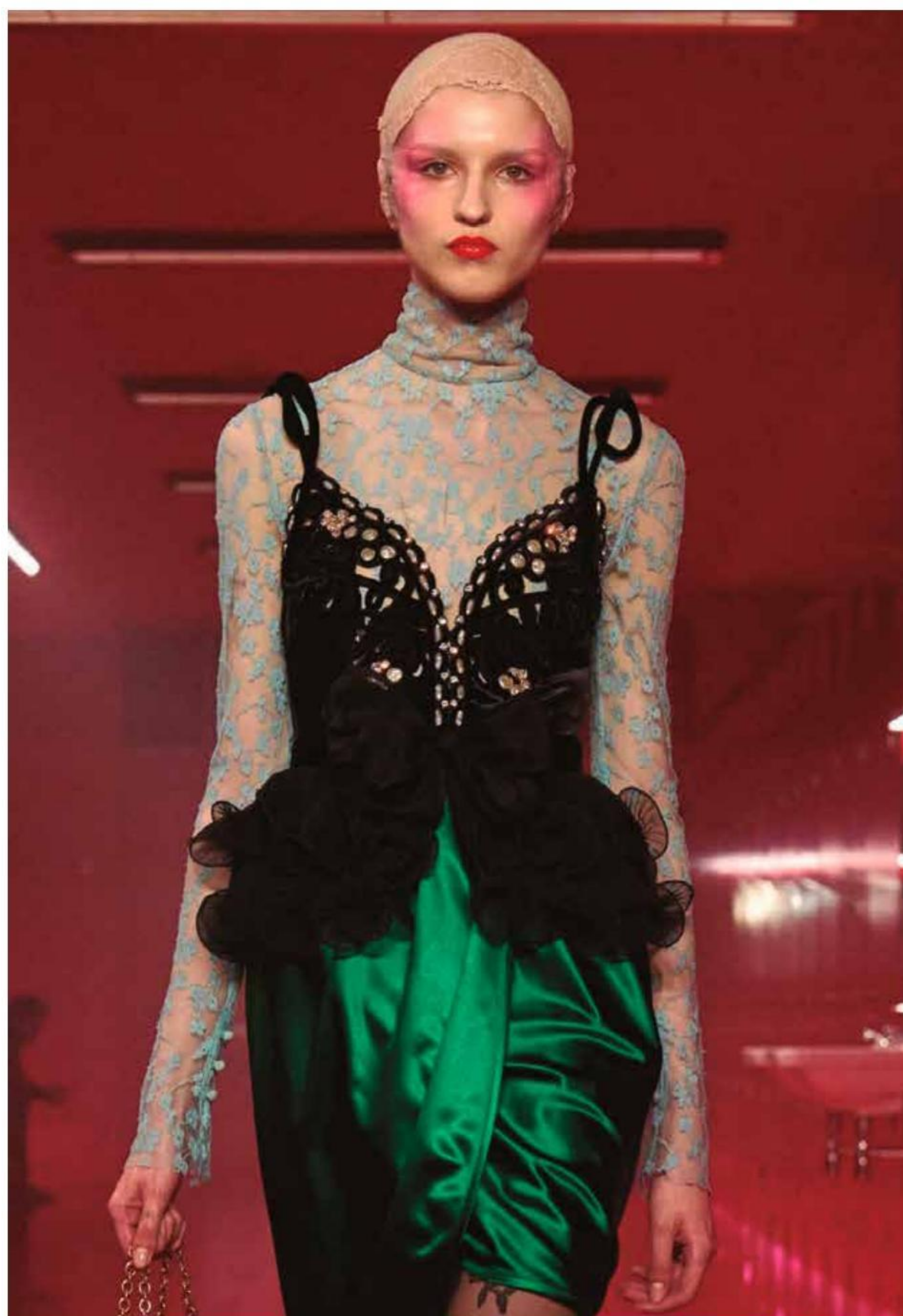
cencia, reinterpretada con una mirada sofisticada y poderosa.

5. TOQUES METÁLICOS: FUTURISMO SENSORIAL

El metalizado vuelve en gloria y majestad, pero no de forma total: ahora aparece en detalles estratégicos que aportan dramatismo sin opacar el conjunto. Las cejas metálicas, delineados plateados, labios con centro dorado o párpados con texturas cromadas han hecho su aparición en las pasarelas de marcas como Balmain, Paco Rabanne y Mugler.

Este enfoque sensorial juega con luces, reflejos y contrastes para dar un toque vanguardista a cualquier look. Además, muchas de estas aplicaciones metálicas se han realizado con productos sostenibles, incluyendo pigmentos veganos o tecnología holográfica biodegradable, marcando una nueva preocupación estética y ecológica a la vez.

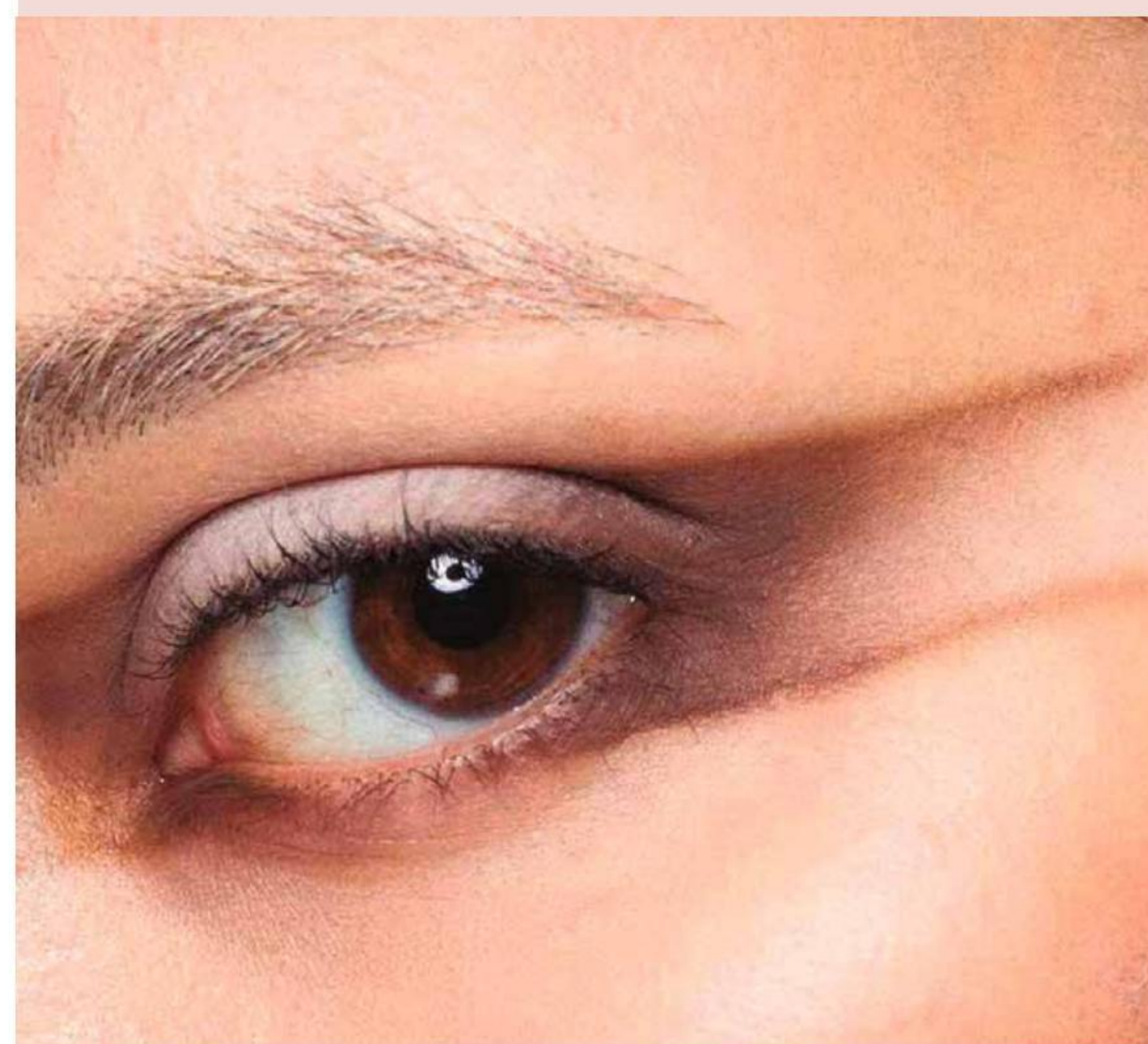
LAS TENDENCIAS YA NO DICTAN LO QUE DEBEMOS USAR, SINO QUE ABREN CAMINOS PARA QUE CADA PERSONA ENCUENTRE SU PROPIA VOZ ESTÉTICA. LO INTERESANTE YA NO ESTÁ EN REPLICAR, SINO EN REINTERPRETAR.

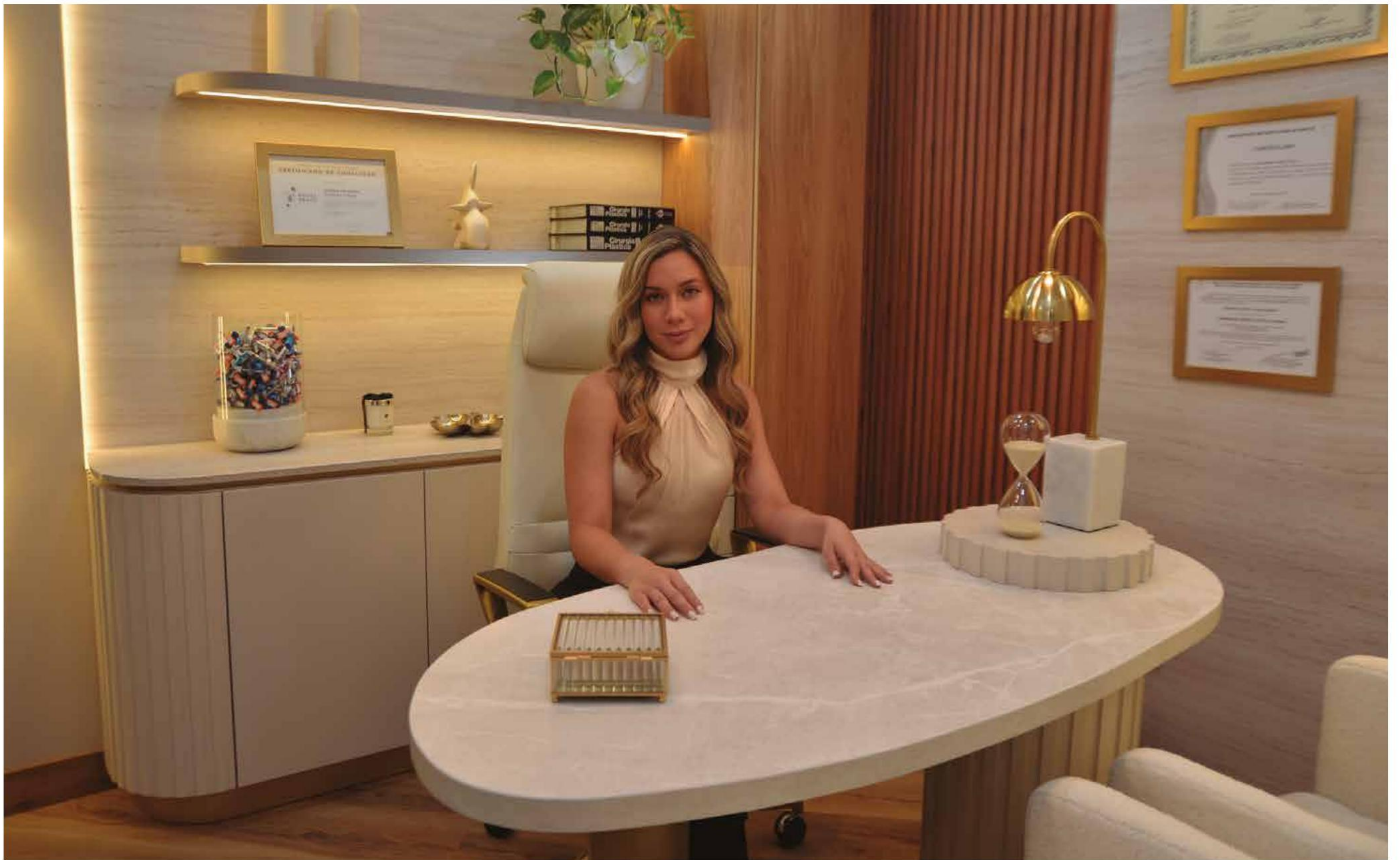


¿HACIA DÓNDE VA LA BELLEZA DE PASARELA?

El maquillaje de este año nos recuerda que la belleza está dejando de ser una fórmula para convertirse en una experiencia visual y emocional. Las pasarelas del 2025 no solo han reafirmado la importancia de la creatividad, sino también del mensaje detrás de cada rostro: inclusión, individualidad, sostenibilidad y emoción.

Las tendencias ya no están hechas para ser copiadas al pie de la letra, sino para inspirar, para reinterpretarse en la cotidianidad, para jugar con los límites entre el arte y la rutina. La belleza —como la moda— vive una era de libertad, y el maquillaje es su lenguaje más directo.





NATURALIDAD Y ELEGANCIA: LA PROPUESTA DE LA DRA. LORENA CASTILLO PARA REALIZAR TU BELLEZA

Recuperar la autoestima, sentirse en armonía con el propio cuerpo y encontrar confianza sin renunciar a la autenticidad: ese es el propósito de la cirugía plástica para la doctora Lorena Castillo. Con sensibilidad humana y formación de alto nivel, acompaña a cada paciente en un proceso de transformación emocional y estética, donde lo importante no es cambiar, sino volver a reconocerse.

POR REDACCIÓN ASIA SUR

Con una formación de élite en Brasil y una visión profundamente humana, la cirujana plástica Lorena Castillo acaba de inaugurar su consultorio en Lima, con la promesa de una medicina esté-

tica segura, natural y respetuosa con la individualidad de cada paciente.

Castillo no solo transforma cuerpos: transforma vidas. Su filosofía va más allá del bisturí y las agujas. "Mi

objetivo es devolver a cada persona la mejor versión de sí misma. No cambiarla, sino ayudarla a reencontrarse con su belleza", afirma con convicción y agrega: "Quiero que cada persona se sienta

"MI ROL ES EMPODERAR, SIN IMPONER. ACOMPAÑAR CON CRITERIO, SABIENDO DECIR QUE NO CUANDO ALGO NO CONVIENE, Y OFRECER SOLUCIONES REALISTAS, CON RESULTADOS NATURALES Y SEGUROS", EXPLICA LA ESPECIALISTA.

segura desde el primer momento. Que sepa que me importa, que estoy ahí para acompañarla con responsabilidad y respeto”.

LO MEJOR DE LAS TÉCNICAS BRASILEÑAS

Tras pasar seis años en Brasil, Lorena se formó no solo como cirujana plástica, sino también como cirujana general. Su formación tuvo lugar en uno de los servicios más prestigiosos del país, bajo la tutela del doctor Osvaldo Saldanha, eminencia internacional y uno de los creadores de la técnica de lipoabdominoplastía. “Entrar a su servicio fue una gran oportunidad. Él es uno de los referentes más importantes en cirugía corporal a nivel mundial”, explica.

Esta estadía en el país vecino no sólo fortaleció su formación quirúrgica. También le permitió especializarse en tratamientos faciales no invasivos. Allí fue entrenada directamente por profesionales de la talla de la dermatóloga Bruna Bravo, y la doctora Sheila Mulatti, experta en técnicas avanzadas de rejuvenecimiento facial y gran referente en el uso estratégico del ácido hialu-

rónico. “La doctora Mulatti me enseñó a ver el rostro de forma estructural, a intervenir con delicadeza y respetando siempre la armonía natural de cada paciente”, destaca Castillo.

LA TÉCNICA MD CODES Y EL ARTE DEL DETALLE

Uno de los pilares de su práctica estética es la técnica de MD Codes, desarrollada por el renombrado doctor Mauricio de Maio, también brasileño. Esta metodología consiste en aplicar el ácido hialurónico en puntos específicos del rostro para restaurar estructuras perdidas con el tiempo. “No se trata de inflar el rostro, sino de devolverle lo que perdió. La idea es realzar lo natural y lograr un rostro elegante, fino y equilibrado”, explica.

Para estos procedimientos utiliza productos de alta calidad, como la línea Juvederm, y bioestimuladores de colágeno como Radiesse, Sculptra y Harmonyca. Todos, con el objetivo de mejorar la calidad de la piel y mantener resultados duraderos, sin alterar la esencia del paciente.

BELLEZA NATURAL Y ARMONÍA

Uno de sus mayores compromisos es con la naturalidad. “Antes se inflaban los rostros. Hoy, el objetivo es otro: devolver lo que el tiempo ha quitado, sin alterar la identidad”, explica. Esta filosofía se aplica tanto a los procedimientos no invasivos como a las intervenciones quirúrgicas.

En cuanto a cirugía, su enfoque está fuertemente marcado por la estética corporal, otra herencia de su paso por Brasil. Realiza con frecuencia lipoabdominoplastías, liposucciones de alta definición, blefaroplastias, lifting facial, braquioplastias (cirugía de brazos) y cruroplastias (cirugía de muslos). También, es experta en procedimientos como mastopexias; y mamoplastias reductoras y de aumento, donde utiliza técnicas híbridas, combinando prótesis y grasa para lograr resultados más naturales y armónicos. “No me gusta exagerar. Siempre busco una apariencia elegante, fina y en armonía con el cuerpo de cada persona”, subraya.

La cirujana considera que el papel del cirujano plástico debe ser siempre el de un aliado del paciente, no un juez. “Mi rol es empoderar, sin imponer.



FORMADA EN BRASIL BAJO LA TUTELA DEL DR. OSVALDO SALDANHA, LA DRA. LORENA CASTILLO OFRECE A SUS PACIENTES EXPERIENCIA INTERNACIONAL TRADUCIDA EN RESULTADOS ARMÓNICOS Y NATURALES.



Acompañar con criterio, sabiendo decir que no cuando algo no conviene, y ofrecer soluciones realistas, con resultados naturales y seguros”, explica y añade: “Siempre estoy buscando lo más moderno y seguro para aplicarlo en mis pacientes. Esa es mi responsabilidad como profesional”.

Con una formación excepcional, una ética intachable y una sensibilidad que va más allá de lo técnico, la doctora Lorena Castillo se consolida como una nueva voz de liderazgo en la cirugía plástica peruana. Desde su consultorio en Lima, promete lo que hoy más se valora en el mundo de la estética: naturalidad, elegancia y humanidad.

FIGURELLA FUENTES NAZRA: UN VIAJE A ESTA Y OTRAS VIDAS

Desde el yoga hasta las regresiones a vidas pasadas, la terapeuta peruana Fiorella Fuentes ha construido un camino de sanación profundo y auténtico que hoy comparte con sus pacientes.

A veces, el verdadero cambio nace del silencio. Así ocurrió con Fiorella Fuentes, terapeuta especializada en regresiones y bienestar, cuando decidió pausar su vida en el mundo corporativo para buscar respuestas en la India. "Trabajaba en auditoría financiera, venía de estudiar Administración en la Universidad del Pacífico. Vivía con mucho estrés. Fue en una clase de yoga donde sentí por primera vez algo distinto, como si mi cuerpo ya hubiera hecho eso antes, en otra vida. Desde ahí cambió todo", recuerda.

Ese primer contacto con el yoga fue la semilla de un viaje que duraría casi ocho años, recorriendo el mundo y profundizando en prácticas como la meditación, la respiración consciente y la exploración del subconsciente. Lo que al principio fue una práctica autodidacta —con largas sesiones de meditación y días de silencio— se transformó con el tiempo en una vocación profesional: ayudar a otros a reconectar con su historia, liberar memorias dolorosas y recordar su verdadero ser.

UN PUENTE HACIA OTRAS VIDAS

Fiorella es hoy una terapeuta formada en hipnosis clínica, regresiones a vidas pasadas y enfoque somático del trauma. Sin embargo, sus primeras experiencias ocurrieron antes de te-

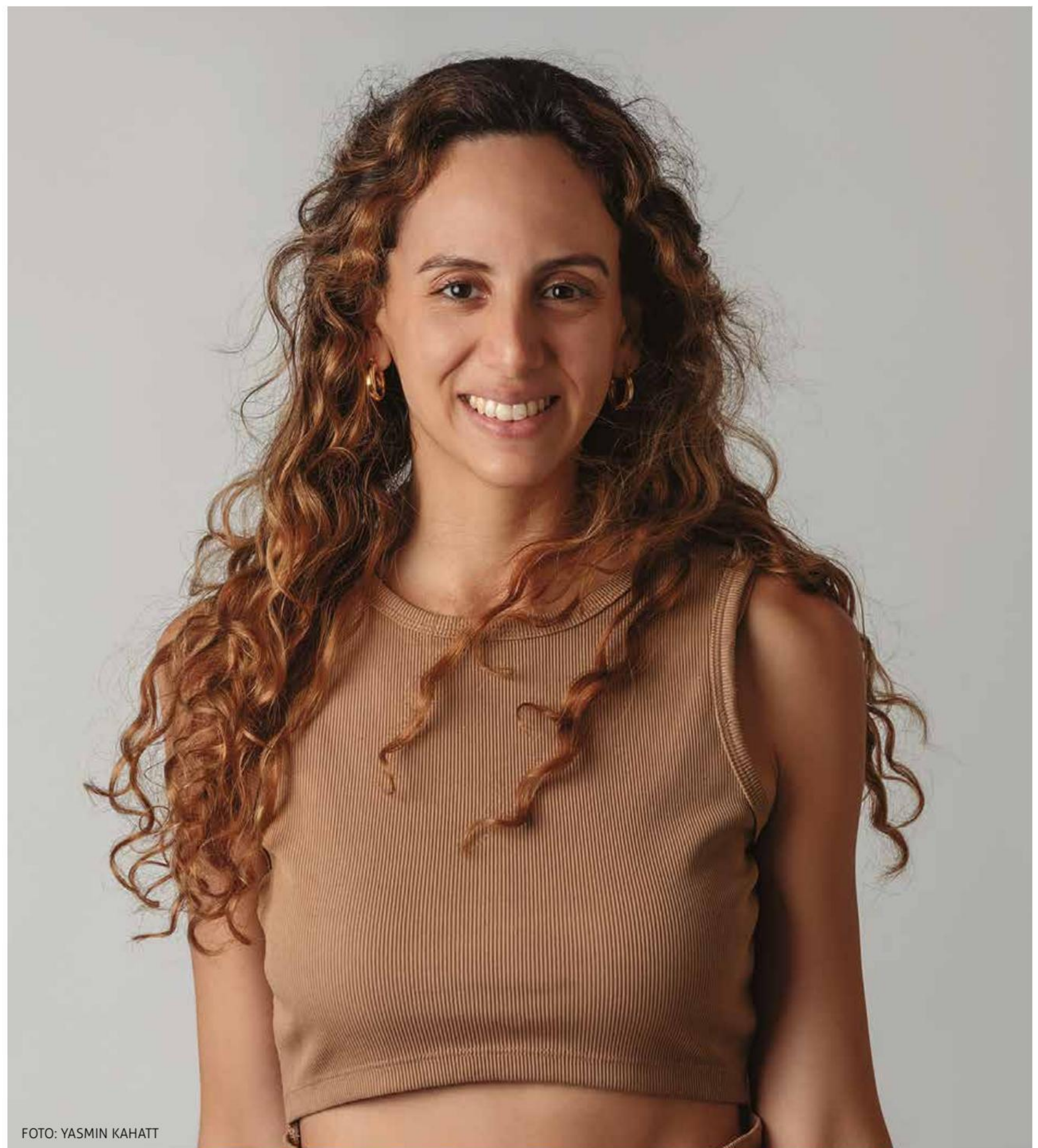


FOTO: YASMIN KAHATT

ner un marco teórico para nombrarlas. "Empezaba a guiar meditaciones y las personas, sin saberlo, regresaban a su infancia o a otras vidas. Yo tampoco sabía que eso era una regresión. Después leí a Brian Weiss y me di cuenta de que era lo mismo que estaba haciendo, pero de manera intuitiva", confiesa.

Esa experiencia la llevó a formarse con referentes internacionales como Marisa Peer, Joe Dispenza, Gabor Maté y el propio Brian Weiss. "Estudí

neurociencia, hipnosis, psicoterapia, constelaciones familiares; pero nunca dejé de lado mi intuición ni mi deseo de acompañar. Me gusta esa palabra: acompañar. Porque cada persona ya tiene dentro de sí todo lo necesario para sanar", asegura.

Ese espíritu es el que atraviesa "De esta y otras vidas", su primer libro, que ahora se lanza en una segunda edición enriquecida. "He ampliado la introducción para contar más de mi historia, y

FIGURELLA SE HA CERTIFICADO EN DISTINTOS ASPECTOS DE LA ESPIRITUALIDAD Y EL CRECIMIENTO PERSONAL, CON PROFESIONALES COMO BRIAN WEISS, MARISA PEER, JOE DISPENZA Y GABOR MATE.

agregué dos nuevos casos muy poderosos. El libro, que trata sobre casos reales de regresiones a la infancia, al útero de la madre y a vidas pasadas, se encuentra en las principales librerías a nivel nacional”.

VOLVER AL ORIGEN

Pero ¿por qué volver al útero, a la infancia o incluso a otras vidas? ¿Qué sentido tiene remover memorias tan antiguas?

“La mayoría de las veces, las personas no recuerdan los traumas que los afectan. Están en el subconsciente, pero se expresan en forma de ansiedad, insomnio, miedo a vincularse, enfermedades físicas. El cuerpo y el sistema nervioso no olvidan. Y mientras eso no se procesa, se seguirá manifestando en la vida presente”, explica.

En ese sentido, las regresiones no solo permiten revivir eventos pasados, sino resignificarlos. “A veces vamos a momentos felices para recuperar recursos. Cuando una persona dice: ‘Siento que nunca fui feliz’, buscamos una memoria de alegría, de amor. Y al reexperimentarla, el sistema la incorpora como real. También hacemos esto con memorias difíciles, para poder procesarlas, liberar la emoción contenida y sanar el trauma”.

Para Fiorella, el bienestar no es un estado lejano o abstracto: es un cuerpo que respira con suavidad, una mente clara, un sistema nervioso en calma. “Cuando puedes confiar, amar y dejarte amar, ahí empieza la verdadera sanación. Y ese es el objetivo de todo lo que hago”.

Siguiendo esa línea, dentro de su escuela Beyond Time Yoga, cuenta con un programa de Certificación Interna-

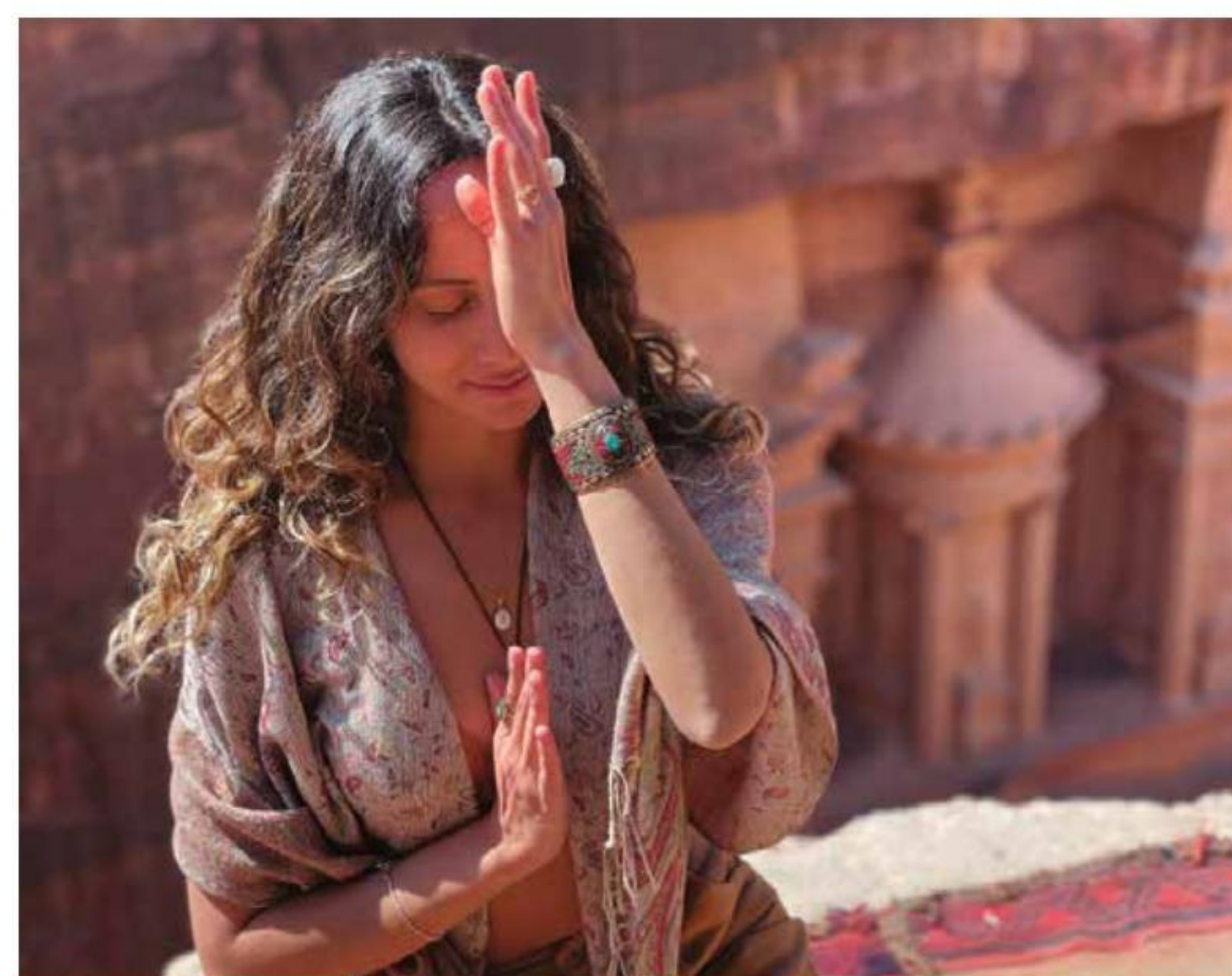
“CUANDO TE SIENTES BIEN CONTIGO MISMO, PUEDES COMPARTIR ESO CON EL MUNDO. PUEDES CONSTRUIR RELACIONES SANAS, CONFIAR EN TU INTUICIÓN, VIVIR DESDE UN LUGAR DE AMOR”.

cional en Meditación & Mindfulness, que busca ayudar a transformarse y autoconocerse a quien lo tome. “Es el curso más importante que guío en mi escuela. Se puede tomar desde cualquier lugar del mundo. Lo más enriquecedor es que es un curso para la vida. Te hace comprenderte y ver hasta lo más profundo de ti para luego guiar a otros con amor. El curso te certifica como Coach en Meditación & Mindfulness con aval internacional”, explica.

RETIROS TRANSFORMADORES

Otro de los pilares de su trabajo son los retiros de sanación, que ha guiado en Perú, México, Grecia, Panamá y Costa Rica.

Cada retiro tiene una intención única y es diseñado con especial cuidado. “A veces es frente al mar, a veces en el Valle Sagrado o la selva. Depende de lo que sienta que se está moviendo energéticamente. Por ejemplo, el próximo retiro se llama “Sanando mi relación con mamá”, porque vengo trabajando ese tema desde hace un tiempo, incluso a través de mi propia maternidad”, comenta Fiorella, quien reconoce que su hijo Benjamín ha sido una gran fuen-



te de inspiración para profundizar en la comprensión del trauma infantil.

Para quienes participan, los testimonios suelen coincidir en algo: “Fue un antes y un después”. Y es que muchas veces basta una meditación, una conversación, o incluso una caminata en silencio para que se produzca una revelación. “Hay personas que llegan creyendo que no van a compartir nunca cierto dolor, y luego, al escuchar a alguien más abrir su corazón, sienten que pueden hacerlo también. Ese acto de vulnerabilidad compartida es sanador”.

FIORELLA ES PSICOTERAPEUTA FORMADA EN HIPNOSIS CLÍNICA, REGRESIONES A VIDAS PASADAS Y ENFOQUE SOMÁTICO DEL TRAUMA.

SANAR PARA COMPARTIR

Hoy, Fiorella sigue guiando sesiones uno a uno, compartiendo contenido desde su comunidad digital y planeando nuevos cursos, formaciones profesionales y retiros con su escuela Beyond Time Yoga. Lo hace con la convicción de que sanar no es un destino final, sino un camino que nos recuerda quiénes somos realmente.

“Cuando te sientes bien contigo mismo, puedes compartir eso con el mundo. Puedes construir relaciones sanas, confiar en tu intuición, vivir desde un lugar de amor. Y para eso estamos aquí”, concluye.

CONTACTO
Web: fiorellafuentes.com
Instagram: @fiofuentesyoga



JUNTO A MARISA PEER, FUNDADORA Y CREADORA DE LA TERAPIA DE TRANSFORMACIÓN RÁPIDA (RTT®).



TRÁS SU CERTIFICACIÓN CON BRIAN WEISS, PSQUIATRA PIONERO EN LA TERAPIA DE REGRESIÓN.

PERÚ, DESTINO DE BIENESTAR

Desde la energía sagrada del Cusco hasta los sonidos sanadores del mar en Paracas, el Perú se consolida como un destino de wellness donde cuerpo, mente y espíritu encuentran equilibrio.

POR REDACCIÓN ASIA SUR

En un mundo acelerado, el turismo de bienestar emerge como una alternativa transformadora. Y el Perú, con su geografía diversa y su herencia espiritual, se posiciona como un refugio ideal para reconectar y sanar.

Más allá del turismo tradicional, surgen experiencias conscientes diseñadas para quienes buscan más que descanso. Desde retiros de yoga en el Valle Sagrado hasta tratamientos holísticos frente al mar en Paracas, la oferta crece con autenticidad y sofisticación.

CUSCO: ENERGÍA ANCESTRAL EN ESTADO PURO

Antiguo ombligo del mundo inca, Cusco es hoy epicentro del bienestar espiritual.

En el Valle Sagrado florecen retiros que combinan meditación, yoga, baños de sonido y ceremonias con plantas medicinales. Espacios como Willka T'ika o Samadhi integran prácticas ancestrales con arquitectura bioarmónica, alimentación orgánica y rituales a la Pachamama. Los hoteles boutique, como Palacio Nazarenas o Inkaterra La Casona, reinterpretan tratamientos andinos con estándares internacionales.

PARACAS: MAR, DESIERTO Y SILENCIO SANADOR

A solo tres horas de Lima, Paracas ofrece un triángulo de calma entre desierto, océano y cielo. Espacios como el Hotel Paracas, A Luxury Collection, cuentan con un circuito de aguas termales e in-

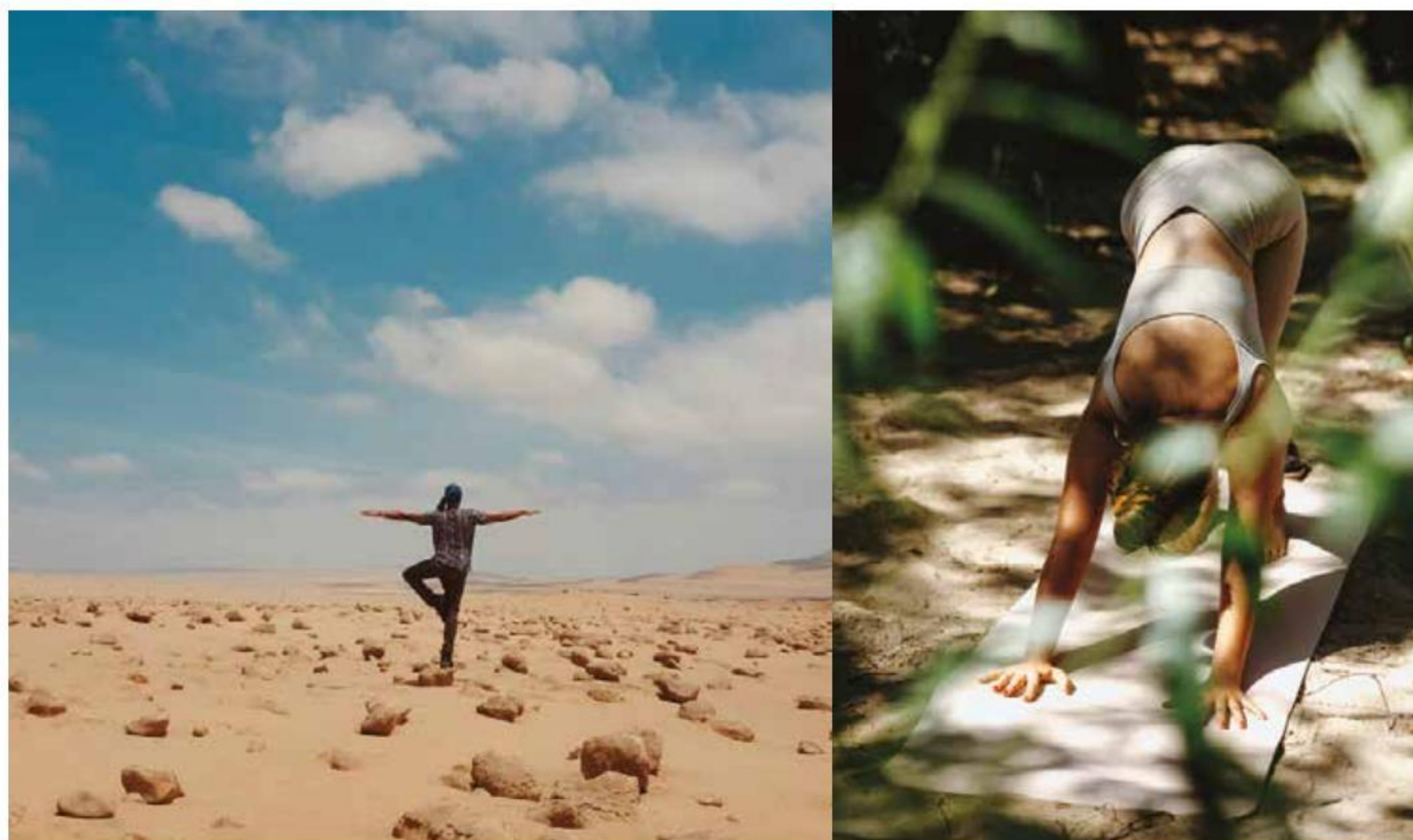
cluyen tratamientos con cacao andino, uvas y algas.

AMAZONÍA: SANACIÓN DESDE EL CORAZÓN VERDE

La selva peruana, con ciudades como Madre de Dios, Tarapoto o Iquitos, invita a un retorno esencial. En medio de la naturaleza, centros de retiro ofrecen ceremonias de ayahuasca, baños de plantas y jornadas de silencio. Espacios como Casa Amazonas integran prácticas indígenas con espacios que permiten conectar con la naturaleza, haciendo del bienestar una vivencia transformadora.

UN PAÍS QUE INVITA A VOLVER AL CENTRO

En Perú, el bienestar no es solo físico: es espiritual, emocional y comunitario. Aquí, sanar es también reconciliarse con la tierra. Viajar por sus destinos es permitirnos pausar, respirar y volver a lo esencial. Porque en este rincón del mundo, el verdadero lujo es sentirse bien, desde adentro.



VIAJAR AL PERÚ PARA UN RETIRO O UNA EXPERIENCIA HOLÍSTICA ES SUMERGIRSE EN UN UNIVERSO DONDE LAS PRÁCTICAS ANCESTRALES Y LAS CORRIENTES MODERNAS DEL WELLNESS CONVIVEN EN ARMONÍA.



- Farmacia
- Laboratorio
- Trauma Shock
- Hospitalización
- Centro Obstétrico
- Centro Quirúrgico
- Centro de Vacunación
- Unidad de Hemodinamia
- Diagnóstico por Imágenes
- Consulta con Especialistas
- Atención de Urgencias 24/7
- Atención Médica Domiciliaria
- Unidad de Cuidados Intensivos
- Rescates y Traslado en Ambulancia

CUSCO

989 431 050 – 974 218 223 ☎
Av. La Cultura N°710 – Wanchaq 📍

MACHUPICCHU

989 425 477 – 989 425 312 ☎
Entrada del Santuario de Machupicchu 📍

AGUAS CALIENTES MACHUPICCHU

989 431 996 – 957 028 746 ☎
Av. Hermanos Ayar 📍

CORE CAPITAL UNA COMUNIDAD A1

Más que una empresa, Core Capital es un proyecto colectivo. Decir que “somos familia” no es una frase vacía: es la forma más directa de describir una red formada por padres, hermanos, tíos, primos y amigos de confianza. Esta visión nace de la filosofía de vida de Juan Carlos Tassara, Socio Director del Grupo Edifica, y de Luis Marcelo Indacochea, CEO de Core Capital SAFI —brazo financiero del Grupo. Hoy, esa comunidad es la que sostiene lo logrado e impulsa todo lo que está por venir.

“Si los que apuestan por ti o invierten contigo son tus padres, hermanos, tíos, amigos de toda la vida, la responsabilidad es doble; es un peso extra al trabajo porque no puedes fallar ni traicionar esa confianza. Ese siempre ha sido, y sigue siendo, el motor de todas nuestras empresas. Todos nuestros proyectos comenzaron como emprendimientos entre familia y amigos cercanos. Por eso tenemos tanto cuidado con lo que hacemos, porque debemos cuidar esas inversiones como si fueran nuestras”, señalan Juan Carlos Tassara y Luis Marcelo Indacochea.

Una amistad de más de 30 años, que nació en el Colegio Santa María y se afianzó en la Universidad Católica. “Juan Carlos es parte de mi familia y yo de la suya. Hemos construido negocios juntos, empezando por una academia de fútbol en Las Palmas, y

luego la revista Asia Sur. Desde el comienzo, el fútbol ha sido siempre un punto en común. Por eso, actualmente, en lugar de estructurarnos como un organigrama vertical, formamos nuestros equipos como en el fútbol: Especialistas complementarios que trabajan de la mano de un comando técnico de Expertos con amplia experiencia. Para nosotros la excelencia sólo se logra con esa fórmula”. Esa visión colaborativa también se refleja en la cultura del Grupo. “El hecho de trabajar con tus amigos hace que la empresa no sea vertical, sino horizontal. Lo más importante para el Grupo son las personas detrás de los profesionales. A partir de la confianza, cualquier posición puede convertirse en una de liderazgo en el futuro”, señala Juan Carlos.

Para ambos empresarios, la confianza que sus padres depositaron en ellos

es la base de todo. “El papá de Juan Carlos nos prestó la oficina que tenía en su casa cuando empezamos Asia Sur, los dos primeros años. La revista nació después de ver un folleto hecho por una empresa de turismo que organizaba eventos en la playa, y nosotros éramos los promotores. Fue Juan Carlos quien apareció con el primer machote, el mismo que repartimos entre nuestros amigos que trabajaban en empresas para ver si a alguien le interesaba anunciar”, recuerda Luis Marcelo.

“Desde chico, mi papá siempre ha estado presente. Eso ha sido clave para mí. Él siempre me ha apoyado incondicionalmente en todas las decisiones que he tomado, y eso quiero ser yo también para mi hijo. Pero no es solo apoyar, sino también respaldar ese camino, cosa que mi padre siempre hizo conmigo”, dice Juan Carlos.

CRECIENDO JUNTOS

"Durante nuestra época universitaria, ir a la casa de Juan Carlos era una aventura. Su papá estaba convirtiéndola en un edificio mientras vivían ahí. A veces nos mostraba los planos, nos hacía preguntas, nos pedía ideas. Juan Carlos no solo lo observaba: aprendía. Creció entre fierros, andamios y sacos de cemento. Mientras nosotros hacíamos tareas, él ya vivía en medio de una obra", cuenta Luis Marcelo.

Así fue como, al fundarse Edifica, Juan Carlos llamó a Jorge Ruiz y César Guzmán Marquina, y Luis Marcelo a Martín Bedoya: mejores amigos y compañeros de universidad. Ese fue el punto de partida para construir, en 20 años, uno de los grupos empresariales inmobiliarios más importantes del Perú. "Hoy, cuando entro a nuestras oficinas en Brickell Avenue, no puedo evitar sorprenderme. No solo por lo que hemos construido como comunidad, sino por tener la oportunidad de compartir este camino de la mano de profesionales expertos con más de 35 años de experiencia en Miami, como Alicia Cervera o Ricardo Dunin. Conformar equipos como éstos nos inspira muchísimo e impulsa a seguir creciendo", afirma Luis Marcelo. "Yo tengo solo un secreto para el éxito empresarial: rodearme de personas en las que confío. No hablo solo de capacidades técnicas, sino del compromiso que nace cuando trabajas con gente cercana, que no te va a fallar. Ese ha sido el verdadero motor del grupo", explica Juan Carlos.

EL AHORA

Esta es una historia donde el trabajo, la confianza y el compromiso han marcado un crecimiento que, con el tiempo, ha sumado logros. Desde la academia deportiva en Las Palmas, pasando por Edifica y Core Capital, hasta llegar a North Development en Miami, sin traicionar la filosofía "*friends and family*" que los guía. Una frase que implica no solo trabajar con personas cercanas, sino también pensar en todos los implicados en cada una de las compañías —equipo, clientes, inversionistas— como parte de la familia.

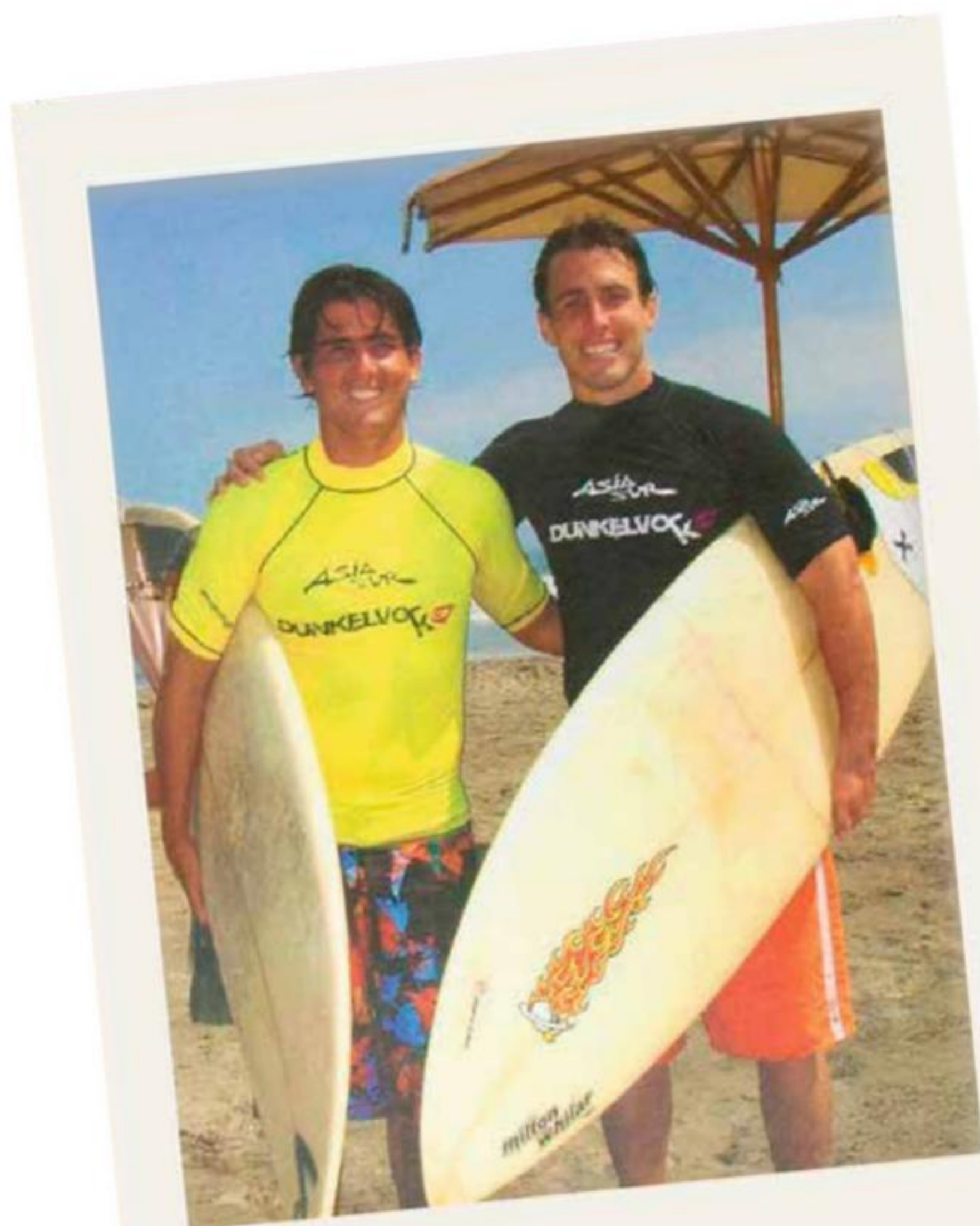
"Con Luis Marcelo somos socios desde los 19 años, y desde entonces hemos ido evolucionando. Es mi amigo del colegio y mi socio. Creo que hay vínculos que generan valor, algo muy difícil de obtener si solo nos centramos en lo técnico. Tiene que haber algo más detrás. Como equipo tenemos todos un compromiso especial —porque si haces algo mal no solo te defraudas a ti mismo,

sino sobretudo a tu grupo más cercano, a tu familia—, asumes tu responsabilidad desde otro punto de vista", explica Juan Carlos Tassara.

Ese compromiso es la base del trabajo que Juan Carlos y Luis Marcelo edifican en Core Capital. "Cuando te invitamos a invertir, lo hacemos desde un ecosistema colaborativo, donde trabajamos de forma profesional y responsable, porque también tenemos que responder a nuestras familias, que invierten con nosotros. No podemos fallarles. Por eso somos exigentes, trabajamos mucho", finaliza Luis Marcelo.

Gracias al compromiso constante y a la confianza que la comunidad de inversionistas ha depositado en el Grupo, hoy Core Capital alcanza hitos que consolidan su crecimiento con inversiones relacionadas a los tres proyectos que desarrolla North Development, en Brickell, Miami. "Estamos orgullosos de formar una comunidad de peruanos con sueños compartidos que están logrando llegar a mercados altamente competitivos como el de USA", afirman sus líderes.

Para el Grupo, Miami es un nuevo capítulo, construido sobre la misma base de siempre: cercanía, responsabilidad y una visión compartida.



ESCANEA ESTE
QR Y CONOCE LA
FÓRMULA
DETRÁS DE CORE
CAPITAL.



RECONOCIMIENTO EXPERIENCIA A1

2.



4.



CORE CAPITAL: CELEBRANDO JUNTOS

Core Capital reunió a sus socios inversionistas, amigos y familiares para anunciar el próximo Fondo Edifica Global II, que tiene una rentabilidad estimada anual entre 15-17%*. Este nuevo fondo invierte en instrumentos financieros relacionados a "House of Wellness", un proyecto inmobiliario ubicado en Brickell, Miami, desarrollado por North Development —una empresa formada a partir de la experiencia conjunta del Grupo Edifica y OAK Capital, firma estadounidense con más de 55 años de trayectoria en el mercado de Miami.

"Celebrando Juntos" también fue la ocasión ideal para entregar el reconocimiento A1, que destaca a especialistas y expertos peruanos en distintas disciplinas. En esta edición, fue otorgado a Pelo Madueño por su trayectoria como Experto, artista y productor musical, y por liderar en Perú la franquicia *School of Rock - Sede Surco*, reconocida recientemente como la mejor del mundo. Durante el evento, ofreció un show especial junto a sus alumnos y sorprendió al invitar al escenario a su amigo de toda la vida, el "Chino Chau" —también exalumno del Colegio Santa María— para cerrar la noche con un reencuentro junto a la icónica banda que formaron en los noventa: La Liga del Sueño.

Los anfitriones de la noche fueron Juan Carlos Tassara, Socio Director del Grupo Edifica, y Luis Marcelo Indacochea, CEO de Core Capital SAFI.





Presentan

House of Wellness

B R I C K E L L

POWERED BY  CoreCapital A1

IMAGEN REFERENCIAL



North Development inicia su tercer proyecto en Brickell, House of Wellness, un edificio concebido con un propósito claro: crear un espacio donde vivir saludablemente sea parte del diseño, no solo una aspiración. Inspirado en la idea de que el bienestar integral —físico, emocional y social— debe ser parte del entorno, este nuevo desarrollo da continuidad al camino iniciado por Edifica y Core Capital. Este nuevo hito ha sido posible gracias a la sólida confianza de la comunidad de inversionistas. El desarrollo incluye 832 unidades de alojamiento y 338 estacionamientos, combinando estadías de mediano y largo plazo con amenities enfocados en el bienestar urbano.

House of Wellness es la respuesta a una creciente demanda en Miami por un estilo de vida *fitness*, pero a un precio accesible.

El Fondo Edifica Global II es un producto de inversión A1, con una rentabilidad estimada anual entre 15-17%*.

PARA MÁS INFORMACIÓN SOBRE LOS FONDOS DE INVERSIÓN, VISITA WWW.CORECAPITAL.COM.PE

*La rentabilidad a la que se hace referencia es estimada antes de impuestos, neta de comisiones y puede variar conforme a las fluctuaciones del mercado. El valor cuota del Fondo de Inversión es determinado por las condiciones de la oferta y demanda, dicho valor es variable debido a las expectativas de las inversiones y los cambios en las condiciones del mercado. La rentabilidad o ganancia obtenida en el pasado por el Fondo de Inversión, no garantiza que ella se repita en el futuro. Las proyecciones que se realicen sobre las rentabilidades del Fondo de Inversión tampoco garantizan que éstas se logren en el futuro. La Sociedad Administradora gestiona las inversiones del Fondo de Inversión por cuenta y riesgo de los propios inversionistas. La Sociedad Administradora gestiona las inversiones del Fondo de Inversión por cuenta y riesgo de los propios inversionistas. El Fondo Edifica Global II - Fondo de Inversión, está inscrito en el registro público del mercado de valores bajo Régimen Simplificado, por tanto, se encuentra dirigido a inversionistas institucionales o a aquellos que suscriban cuotas desde USD 70,000.00. No obstante, la Asamblea de Partícipes de dicho fondo de inversión aprobó su cambio al Régimen General, por lo que se ha iniciado el procedimiento de modificación del reglamento ante la Superintendencia del Mercado de Valores ("SMV"). Toda información expuesta se debe interpretar y complementar con la lectura de los Reglamentos de Participación de cada Fondo en <https://www.smv.gob.pe> donde, además, se puede revisar los principales riesgos de los Fondos. Ver términos y condiciones en <https://www.smv.gob.pe>. La supervisión de la SMV no implica que ésta recomiende o garantice la inversión efectuada en un Fondo de Inversión. Aplican términos y condiciones para acceder al contenido y beneficios de la Comunidad A1. Ciertos fondos de inversión administrados por Core Capital SAFI realizan inversiones relacionadas a proyectos inmobiliarios desarrollados en Lima y Miami. Core Capital SAFI S.A. y Edifica Corp S.R.L. son empresas que pertenecen al Grupo Económico Edifica y este último tiene una alianza estratégica con North Development.

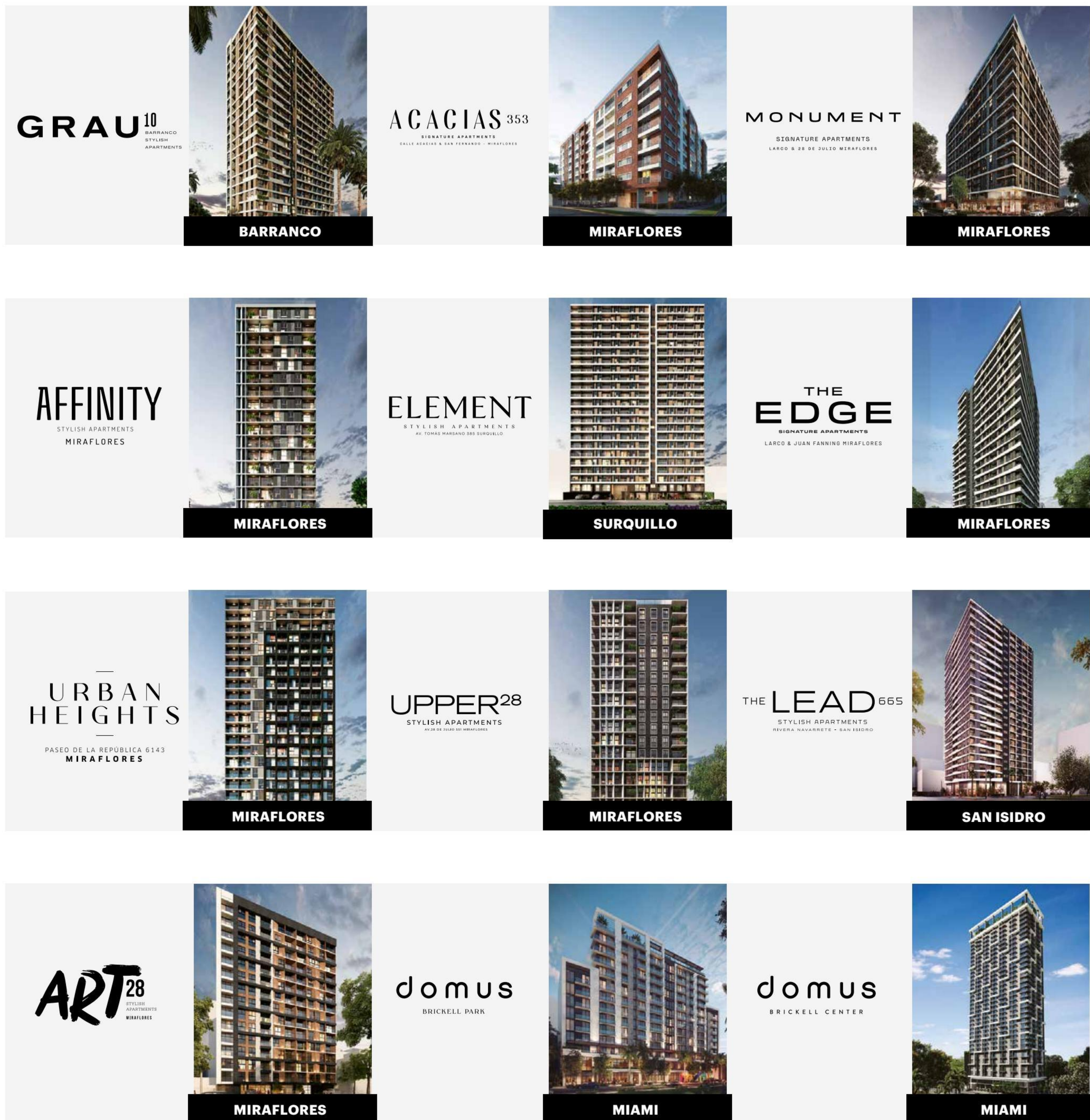


AÑOS

MÁS DE 50 PROYECTOS ENTREGADOS

Diseñamos proyectos inmobiliarios con enfoque funcional y ubicaciones estratégicas, pensados en el estilo de vida actual. Nuestro propósito es impulsar una arquitectura con visión, creando edificios con alto potencial de valorización.

Conoce algunos de **nuestros proyectos:**



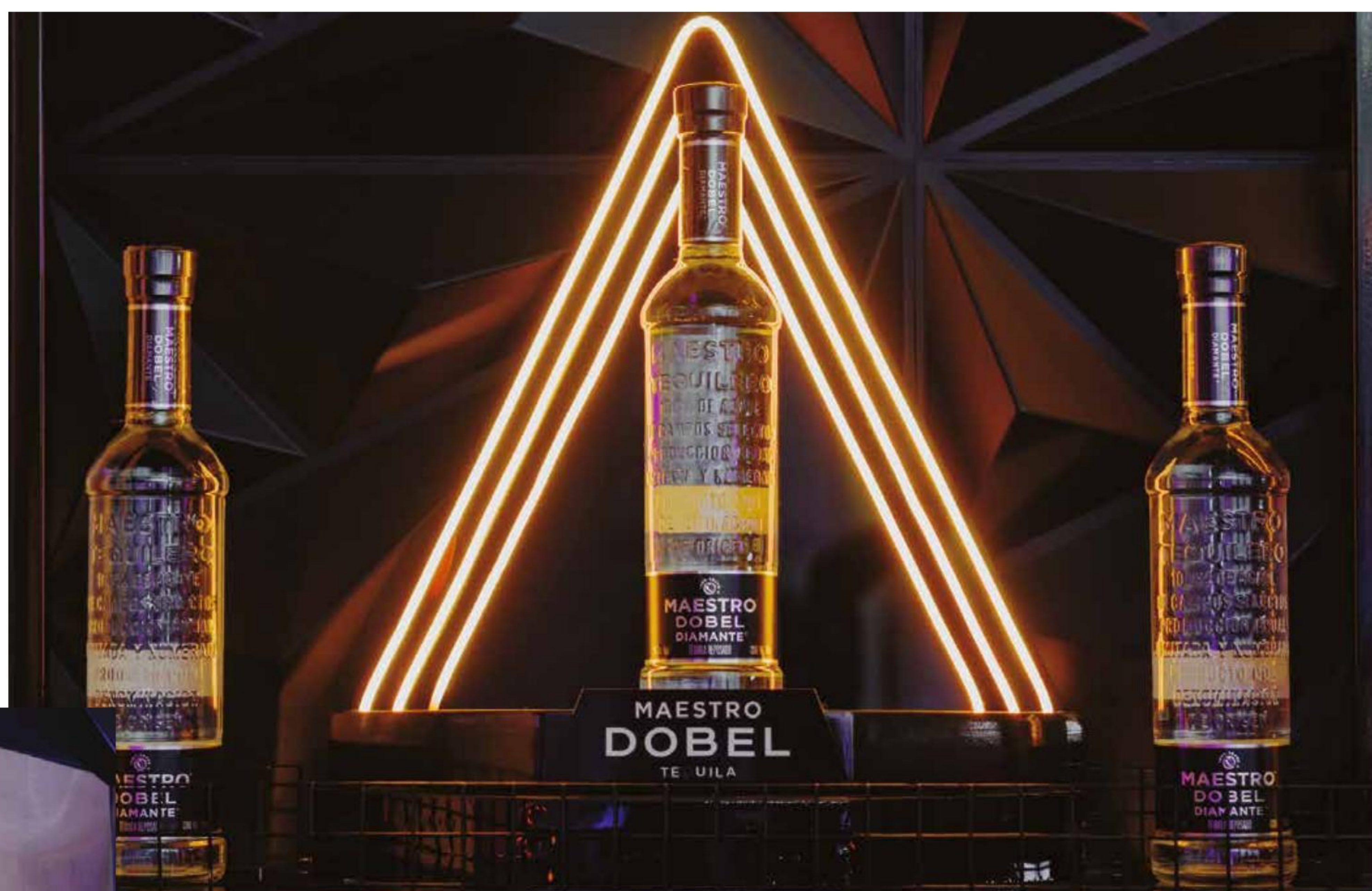
Averigua más sobre nuestros proyectos en:

www.edifica.com.pe |  **+51 989 344 159** |   

Escanea el código
para ser atendido
por un asesor



CARTAVIO RUM COMPANY



EL TEQUILA PREMIUM SE IMPONE EN PERÚ

1800 y Maestro Dobel lideran la transformación cultural del destilado mexicano en el mercado local.

Durante años, el tequila fue percibido en Perú como una bebida ligada exclusivamente a la fiesta. Hoy, ese imaginario se transforma a paso firme. El mercado de tequilas premium ha experimentado un crecimiento exponencial, impulsado por un consumidor más informado, curioso y abierto a nuevas experiencias sensoriales.

En este proceso de sofisticación, 1800 y Maestro Dobel han sido piezas

clave, llevando el tequila a espacios de alta gastronomía, coctelería de autor y experiencias exclusivas. "Ya no se trata solo de shots. Hoy hablamos de un consumo más consciente, enfocado en calidad, origen y apreciación", comenta Juan Diego Romero, Brand Ambassador de ambas marcas.

1800 ha sabido conectar con el público peruano desde la herencia y la elegancia, mientras que Maestro Dobel ha introducido innovación con su cristalino, un destilado que ha desafiado lo tradicional y ha captado a un nuevo perfil de consumidor. Su presencia en eventos como la Fórmula 1 o el US Open refuerza su carácter vanguardista.



El consumidor peruano, además, empieza a identificar las diferencias: el uso de 100% agave, la doble destilación, el añejamiento y la complejidad aromática. También se valora cada vez más el storytelling detrás de la marca y el diseño de la botella como reflejo del producto.

La categoría premium promueve rituales que van más allá del consumo: catas guiadas, maridajes con cocina peruana contemporánea y coctelería de alto nivel son parte de la experiencia. "Queremos que el tequila premium se convierta en una experiencia integral, no solo en una bebida", destaca Romero.

Aunque aún hay retos por superar —como romper con ciertos prejuicios o combatir la sobreoferta de productos que no cumplen con estándares reales—, el futuro es prometedor. Con propuestas sólidas, educación constante y una fuerte conexión emocional, el tequila premium ha llegado al Perú para quedarse.

1800 HA SABIDO CONECTAR CON EL PÚBLICO PERUANO DESDE LA HERENCIA Y LA ELEGANCIA, MIENTRAS QUE MAESTRO DOBEL HA INTRODUCIDO INNOVACIÓN CON SU CRISTALINO.



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS
EN EXCESO ES DAÑINO

ESPECIAL PERÚ

LA REVOLUCIÓN DE LA GASTRONOMÍA PERUANA

VOCES QUE FLORECEN DESDE LA RAIZ: RENATA FLORES, DANIELA DE IZCUE Y MILENA WARTHON

RUTA DEL PISCO: PRESENTE Y FUTURO



PERÚ EN LA MESA DEL MUNDO

Con nuestro país en la cima de la gastronomía mundial, el reto está en lo que viene: visibilizar al equipo detrás, sostener el relato con ética y sabor, y abrir espacio a nuevas generaciones de cocineros, empresarios y narradores culinarios.

POR DANIELLA BEJARANO SANGAMA

En 2023, Central, el restaurante de Virgilio Martínez, fue nombrado el mejor del mundo por 'The World's 50 Best Restaurants'. Este galardón no fue una sorpresa aislada, sino el punto culminante de una historia que lleva décadas escribiéndose. La cocina peruana, que comenzó a definirse como una marca país desde los primeros esfuerzos de revalorización liderados por Gastón Acurio, hoy vive una nueva etapa: la de la consolidación internacional y la transformación desde dentro.

Luis Martín Alzamora, comunicador gastronómico, lo resume con claridad: "Perú ya era un destino gastronómico importante, pero el premio a Central lo consolidó en ligas mayores. Compíte con París, Ciudad de México... y lo mejor es que este reconocimiento beneficia a todos. El que viene a Central también almuerza en La Mar, cena en Mérito, va a un huarique en Breña. Esto salpica a toda la ciudad".

El boom, sin embargo, no es solo turístico. También es identitario. En un país históricamente golpeado por



GASTÓN ACURIO,
PIONERO DEL
BOOM DE LA
GASTRONOMÍA
PERUANA.

AL CIERRE DE ESTA EDICIÓN, EL RESTAURANTE MAIDO, DEL CHEF MITSU HARU "MICA" TSUMURA, FUE SIDO ELEGIDO COMO EL MEJOR RESTAURANTE DEL MUNDO EN LA PRESTIGIOSA LISTA DE THE WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS 2025.



FOTO: @MATER.IN @KJOLLEREST

"CUANDO GASTÓN EMPIEZA A HABLAR DE COCINA PERUANA EN VEZ DE COCINA CRIOLLA, EL PERUANO ENCUENTRA ALGO DE QUÉ SENTIRSE ORGULLOSO EN MEDIO DE TANTAS CARENCIAS SOCIALES".

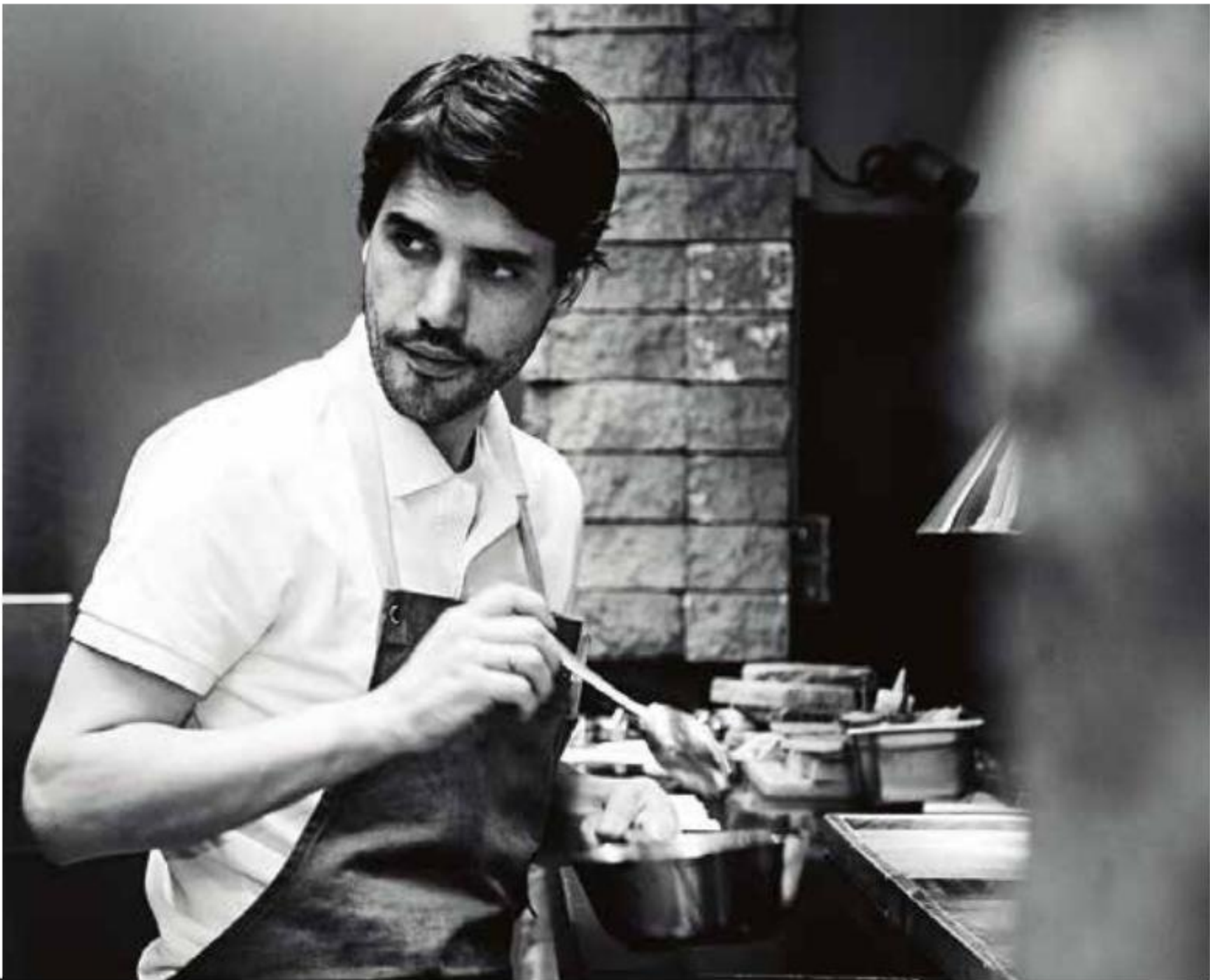
la inestabilidad política, la comida ha sido un catalizador de orgullo. “Nada nos une más que la gastronomía”, dice Alzamora. En tanto, Daniel Quintero, también comunicador gastronómico, complementa: “Cuando Gastón empieza a hablar de cocina peruana en vez de cocina criolla, el peruano encuentra algo de qué sentirse orgulloso en medio de tantas carencias sociales”.

El brillo de los chefs mediáticos no debe opacar una verdad crucial: en cada plato hay una cadena humana de trabajo que comienza en el campo. Quintero lo subraya: “La gastronomía no es solo el plato bonito o

el chef premiado. Hay que valorar al agricultor, al ceramista, al productor de chicha. Un arroz con pato norteño implica todo eso. El boom gastronómico tiene que pasar por allí”.

Además, reconoce el valor de la colaboración dentro del propio gremio: “En Perú, los cocineros trabajan

VIRILIO MARTÍNEZ
HIZO HISTORIA
CUANDO, EN
2023, CENTRAL
SE ALZÓ CON EL
TÍTULO DEL MEJOR
RESTAURANTE DEL
MUNDO.



HOY LA COCINA PERUANA SE CUENTA A TRAVÉS DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL, DEL RELATO ESTÉTICO Y SENSORIAL QUE TRANSCURRE EN RESTAURANTES COMO CENTRAL O KJOLLE.



FOTO: @KJOLLEREST



FOTO: @CENTRALREST

LA GASTRONOMÍA PERUANA ES HOY UN ESPEJO Y UN MOTOR. HABLA DE NUESTRO TERRITORIO, DE NUESTRA DIVERSIDAD Y DE NUESTRAS CONTRADICCIONES.

juntos. Aquí no se trata de que me vean a mí, sino de remar todos para mostrar lo que es el Perú. Eso también explica por qué brillamos”.

UN NUEVO LENGUAJE GASTRONÓMICO

Con el crecimiento viene la sofisticación. Hoy la cocina peruana se cuenta a través de la narrativa audio-

visual, del relato estético y sensorial que transcurre en restaurantes como Central o Kjolle. Alzamora afirma: “Es como un teatro. Hay estímulos por todos lados: el gusto, la vista, el olfato, incluso los textiles. Te cuentan el Perú en toda su profundidad”.

Pero no todo lo que brilla en redes es oro. Quintero lanza una adver-

CASA CUSQUEÑA:

TRADICIÓN, SABOR Y CULTURA EN EL CORAZÓN DEL CUSCO



Ubicada frente a la majestuosa Plaza de Armas de Cusco, Casa Cusqueña es mucho más que un restaurante: es un homenaje vivo a la cultura andina, a través de la arquitectura, la gastronomía y la experiencia sensorial que ofrece a cada visitante.

Casa Cusqueña es, en pocas palabras, un espacio donde la experiencia comienza al entrar: una propuesta que celebra con orgullo la esencia de la reconocida cerveza y la comparte con el mundo.

Inspirada en la cosmovisión Inca de los tres mundos —Ukupacha (mundo de abajo), Kaypacha (el mundo terrenal) y Hananpacha (el mundo superior)— Casa Cusqueña convierte su estructura de

tres niveles en un viaje simbólico. En el primer piso, los balcones con vista a la plaza conectan con nuestras raíces, las celebraciones y la historia viva de Cusco. El salón intermedio presenta una línea de tiempo sobre la cerveza Cusqueña, mientras que el rooftop, al aire libre y con vista al cielo, representa el mundo de los dioses.

Esta conexión espiritual se complementa con una carta gastronómica que rinde homenaje a todo el Perú. Platos tradicionales como el ají de gallina, el ceviche y el arroz con pato, conviven con propuestas que utilizan insumos locales, como rocoto relleno en tempura, causa andina pigmentada con betarraga o tartare de trucha con leche de tigre de almendras. La cocina de autor y la cuidada selección de ingredientes buscan ofrecer una experiencia memorable tanto al público local como extranjero.

En la coctelería, la creatividad también honra la identidad cultural. Cuatro cócteles incluyen cerveza Cusqueña como protagonista, y otros nueve integran insumos locales como sal de charqui, soda de molle, fatwash de cuy o miel de cacao. Además, bebidas tradicionales como la frutillada o la chicha de quinua se reinventan con técnicas contemporáneas.



La experiencia se completa con música en vivo de jueves a domingo, que fusiona ritmos andinos y latinos, y con una nueva carta de desayunos que ofrece opciones clásicas y saludables como bowls, huevos, sándwiches de pan chapla hecho en casa, waffles y panqueques.

La respuesta del público ha sido inmediata: visitantes locales y turistas de todo el mundo elogian su vista privilegiada, la calidad de su carta y el respeto por la cultura.

Porque viajar a Cusco es descubrir su historia, pero visitar Casa Cusqueña es saborear su alma. Un destino imperdible para quienes buscan una conexión auténtica entre cultura, sabor y tradición.

LA PROPUESTA GASTRONÓMICA DE CASA CUSQUEÑA ES TAN AMBICIOSA COMO INCLUSIVA. NO SE LIMITA A SER UN RESTAURANTE TRADICIONAL CUSQUEÑO; POR EL CONTRARIO, SU MENÚ HA SIDO CUIDADOSAMENTE DISEÑADO PARA RENDIR HOMENAJE A LAS DIVERSAS REGIONES DEL PAÍS.

tencia generacional: "Algunas nuevas generaciones se enfocan solo en el plato instagramable. Se olvidan del sabor. Y eso no puede ser. El plato tiene que ser bonito y sabroso". Por ello, viene desarrollando un diplomado en comunicación gastronómica para devolverle profundidad al relato culinario y formar influencers y comunicadores que vayan más allá de la estética superficial.

NUEVOS TALENTOS, NUEVOS RETOS

El relevo generacional también enfrenta sus propias dificultades. "A los jóvenes cocineros les tocó lidiar con la pandemia. Muchos talentos se fueron fuera del país a abrir restaurantes. Aquí el mercado es más competitivo, más cuesta arriba", comenta Quintero. Y aun así, surgen nombres como Francesca Ferreyros o los chicos de Ototo y Gaijin, que empiezan a marcar la pauta de lo que vendrá.

Luis Martín también celebra este momento: "Es admirable que los jóvenes sigan apostando por proyectos nuevos dentro del Perú. Invertir aquí no es fácil, y lo hacen por amor al país". La vitalidad de distritos emergentes como Surquillo, donde surgen conceptos frescos y accesibles, es una muestra de que el ecosistema gastronómico sigue creciendo desde abajo hacia arriba.



FRANCESCA FERREYROS, DUEÑA DE LOS RESTAURANTES BAAN Y FRINA



ALEXANDRA PASACHE, FUNDADORA DE GASTRONOMÍA VEGANA, EL PRIMER RESTAURANTE DE COMIDA PERUANA 100% VEGANA

EL ENFOQUE EMPRESARIAL: INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD

Uno de los rostros más elocuentes de esta nueva etapa es el de Alexandra Pasache, fundadora de Gastronomia Vegana, el primer restaurante de comida peruana 100% vegana. Desde su propuesta 'plant-based' basada en insumos nativos, ofrece una reinterpretación criolla de platos icónicos. "Usamos chicha de jora, zapallo loche, ají limo. Todo es peruano, todo es sabor", explica con pasión.

Pasache no solo dirige una cocina, también gestiona un modelo empresarial. "Capacitar al personal ha sido uno de los mayores desafíos. Muchos cocineros se resistían a cocinar sin carne o pescado. Pero ahora, con formación y convicción, entendemos que este es un camino válido". También ha descubierto que su público principal no son los jóvenes, como se suele pensar, sino los adultos: "Ellos me inspiran a pensar en grande".

El perfil del consumidor también ha evolucionado. "Hoy muchos preguntan por opciones sin lácteos, sin carne, por la procedencia del arroz o la papa. Es una conciencia que no

existía en 2017. Ahora valoramos no solo lo que comemos, sino cómo se produce", afirma.

LAS MUJERES COMO FUERZA TRANSFORMADORA

En un entorno donde tradicionalmente los grandes nombres han sido masculinos, Pasache reivindica el papel de la mujer: "Las mujeres hemos traído una narrativa donde la cocina no es solo un espectáculo ni un negocio, sino también sanación y amor. Estamos creando espacios y rompiendo esquemas".

Su liderazgo no solo es culinario, sino simbólico. Representa una cocina empática, consciente y profundamente peruana, donde la tradición se adapta sin perder su alma.



UNA COCINA QUE HABLA DE NOSOTROS

La gastronomía peruana es hoy un espejo y un motor. Habla de nuestro territorio, de nuestra diversidad y de nuestras contradicciones. El reconocimiento de Central fue una consagración, sí, pero también un punto de inflexión. Un llamado a mirar más allá del plato y a preguntarnos de dónde viene lo que comemos, quién lo hizo posible y hacia dónde queremos ir como país.

Porque si algo ha demostrado esta nueva generación de cocineros, empresarios y comunicadores es que la comida no solo nos representa: también nos transforma.

"LAS MUJERES HEMOS TRAÍDO UNA NARRATIVA DONDE LA COCINA NO ES SOLO UN ESPECTÁCULO NI UN NEGOCIO, SINO TAMBIÉN SANACIÓN Y AMOR".



HEREDEROS DEL MARQUÉS DE RISCAL

Desde 1858



Marqués de Riscal Perú



marquesderiscal.peru

Imágenes referenciales. Distribuido por PERUFARMA S.A. - 20100052050

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS
EN EXCESO ES DAÑINO

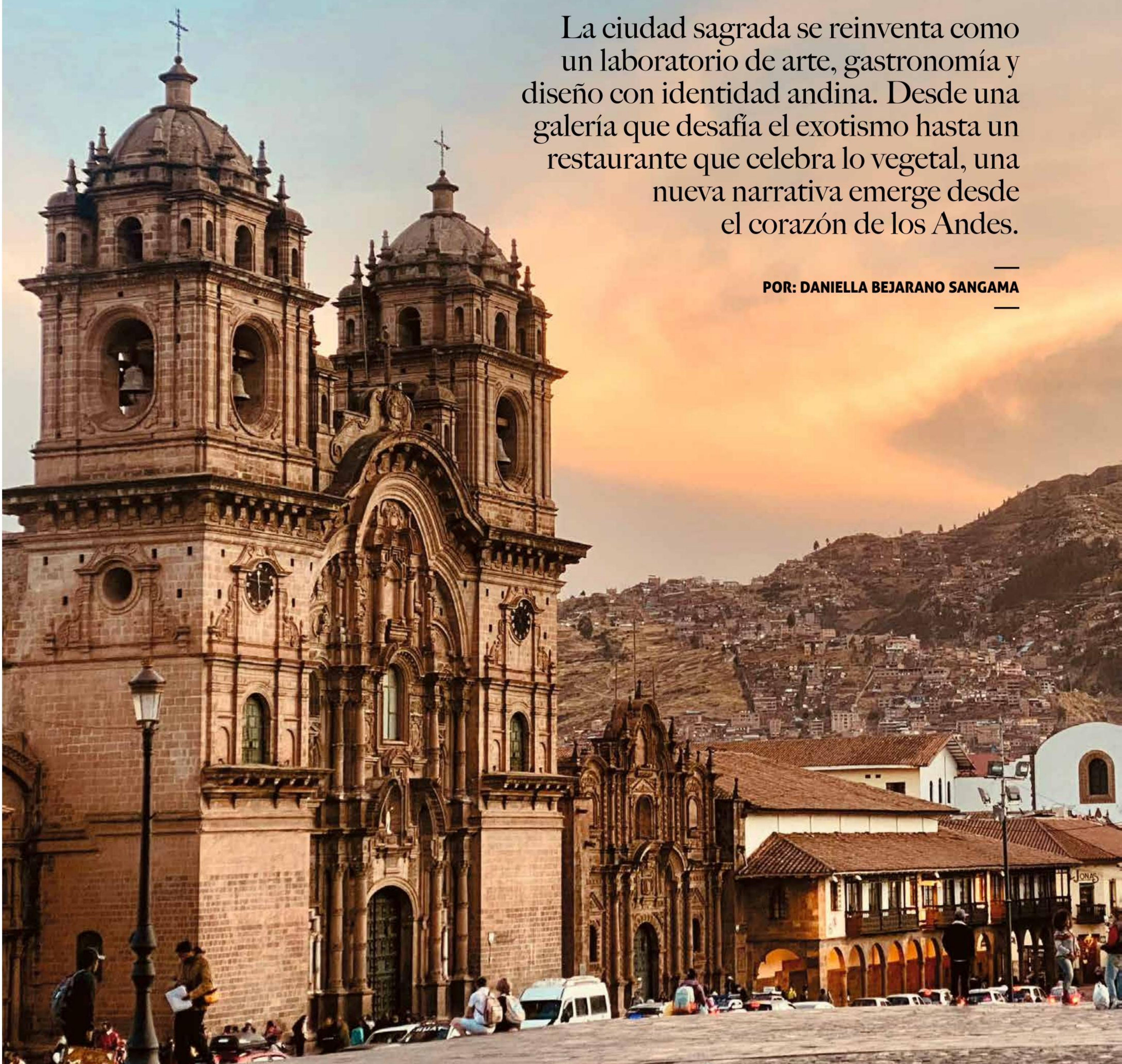
PROHIBIDA LA VENTA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS A MENORES DE 18 AÑOS

MÁS ALLÁ DE
LA PROPUESTA
TURÍSTICA, CUSCO
EMERGE COMO
UN LABORATORIO
CREATIVO PARA
CIENTOS DE
EMPRESARIOS,
DONDE EL
TERRITORIO
INSPIRA Y
TRANSFORMA.

CUSCO CONTEMPORÁNEO: ENTRE ARTE, SABOR Y TERRITORIO

La ciudad sagrada se reinventa como un laboratorio de arte, gastronomía y diseño con identidad andina. Desde una galería que desafía el exotismo hasta un restaurante que celebra lo vegetal, una nueva narrativa emerge desde el corazón de los Andes.

POR: DANIELLA BEJARANO SANGAMA



Por mucho tiempo, Cusco fue sinónimo de ruinas sagradas, arquitectura colonial y turistas con mochilas. Hoy, sin abandonar esa herencia, la ciudad empieza a contar una historia distinta: la de un movimiento contemporáneo que reconfigura su identidad desde el arte, la gastronomía, el diseño y el territorio.

"Quería quedarme, enraizarme, pero también conectar con el mundo". Así resume Arístides Gonzales-Vigil el impulso que lo llevó a abrir Galería Vigil Gonzales, un espacio que se ha convertido en uno de los principales referentes del arte contemporáneo en la región andina. Situada en una ciudad profundamente simbólica, su propuesta no busca encajar en la postal turística, sino más bien ofrecer una mirada crítica, provocadora y sensible sobre las tensiones entre pasado y presente.

"Cusco tiene una fuerza visual e histórica inmensa. Pero esa carga patrimonial también puede ser un peso si se convierte en cliché. Nosotros trabajamos con artistas que exploran justamente esa tensión: entre lo ancestral y lo contemporáneo, lo local y lo global", comenta. La galería apuesta por creadores que piensan desde los márgenes, geográficos o simbólicos, y que están dispuestos a romper con lo establecido para imaginar nuevas formas de narrar lo común.

ENTRE LA PIEDRA Y EL VEGETAL

A pocas cuadras del centro histórico, en una casa de adobe que respira historia y botánica, Kenji Larrazabal materializó su visión en Casa Ichu, un restaurante que no solo destaca por su carta basada en ingredientes nativos, sino también por una arquitectura orgánica que fluye como el canal inca que atraviesa su patio central.

"Queríamos crear un oasis vegetal en medio de la ciudad de piedra. Un espacio vivo donde cada elemento —desde los materiales hasta la música— contara una historia", cuenta Larrazabal, arquitecto de formación y cocinero por convicción. Su experiencia trabajando en Azulik, en la selva de Tambopata, transformó su forma de ver el diseño, el alimento y la relación con el entorno.

La propuesta de Casa Ichu incluye un menú de degustación llamado Suyu, que rinde homenaje a los antiguos te-

rritorios del Tahuantinsuyo, y tiene también una versión 100% vegana: Suyu Vegetal. "No se trata solo de reemplazar proteínas animales. Queremos resignificar lo vegetal, mostrar su poder simbólico y culinario, y contar el alma de una cultura a través de ingredientes vivos", afirma.

UNA NUEVA NARRATIVA CULTURAL

Tanto Arístides como Kenji coinciden en que Cusco está viviendo un momento cultural único. No es casualidad que artistas, chefs, diseñadores, músicos y emprendedores estén apostando por la ciudad como punto de partida para crear y compartir desde lo local hacia el mundo.

"Estamos viendo una relectura contemporánea de las identidades andinas. Ya no desde la nostalgia ni

desde el exotismo, sino desde la posibilidad de imaginar futuros nuevos desde aquí", señala Gonzales-Vigil. Y agrega: "El arte, en ese sentido, tiene un rol clave: nos ayuda a ver más allá de la postal, a generar preguntas que nos conectan con lo que somos y con lo que podríamos ser".

En el mismo tono, Larrazabal destaca cómo la escena gastronómica cusqueña está cambiando: "Antes la cocina era solo un gancho turístico. Ahora es también un vehículo de memoria, de orgullo, de transformación. Cuando un cusqueño ve a un extranjero emocionarse con una mashua o con un plato ancestral reinterpretado, pasa algo potente: se revaloriza lo propio".

CUSCO ESTÁ VIVIENDO UN MOMENTO CULTURAL ÚNICO. NO ES CASUALIDAD QUE ARTISTAS, CHEFS, DISEÑADORES, MÚSICOS Y EMPRENDEDORES ESTÉN APOSTANDO POR LA CIUDAD COMO PUNTO DE PARTIDA PARA CREAR Y COMPARTIR DESDE LO LOCAL HACIA EL MUNDO.



"CUSCO TIENE TODO: HISTORIA, ENERGÍA, INSUMOS, GENTE. SOLO HACÍA FALTA MIRARLA CON OTROS OJOS".



DESTINO



CASA ICHU ES UN RESTAURANTE QUE NO SOLO DESTACA POR SU CARTA BASADA EN INGREDIENTES NATIVOS, SINO TAMBIÉN POR SU ARQUITECTURA ORGÁNICA.

DISEÑAR DESDE LOS ANDES

Ese movimiento de resignificación también lo encarna el diseñador Sergio Dávila, protagonista de esta edición especial de Asia Sur, quien celebra 25 años de trayectoria internacional reinterpretando la identidad andina desde la moda. Hoy, con más fuerza que nunca, vuelve la mirada a Cusco.

"Desde que empecé mi carrera he buscado conectar lo ancestral con lo contemporáneo, y Cusco es el corazón de ese diálogo. Su energía, su textura, su ritmo... todo inspira. Para mí, diseñar desde los Andes es una forma de crear futuro con raíz", afirma. Dávila ha sido clave en visibilizar la potencia estética de los tejidos y saberes andinos en pasarelas globales, y actualmente está desarrollando nuevos proyectos desde la ciudad inca.

EL MUSEO COMO EXPERIENCIA VIVA

Otro actor clave de esta escena en expansión es Tater Vera, cuyo proyecto cultural Museo Tater Vera apunta directamente a descentralizar y posicionar a Cusco como un eje cultural desde la experiencia estética y emocional. "Siempre he tenido un proyecto muy grande. Descentralizar. Crear nuevos espacios, y que venga la gente a conocer más de nuestra cultura", comenta.

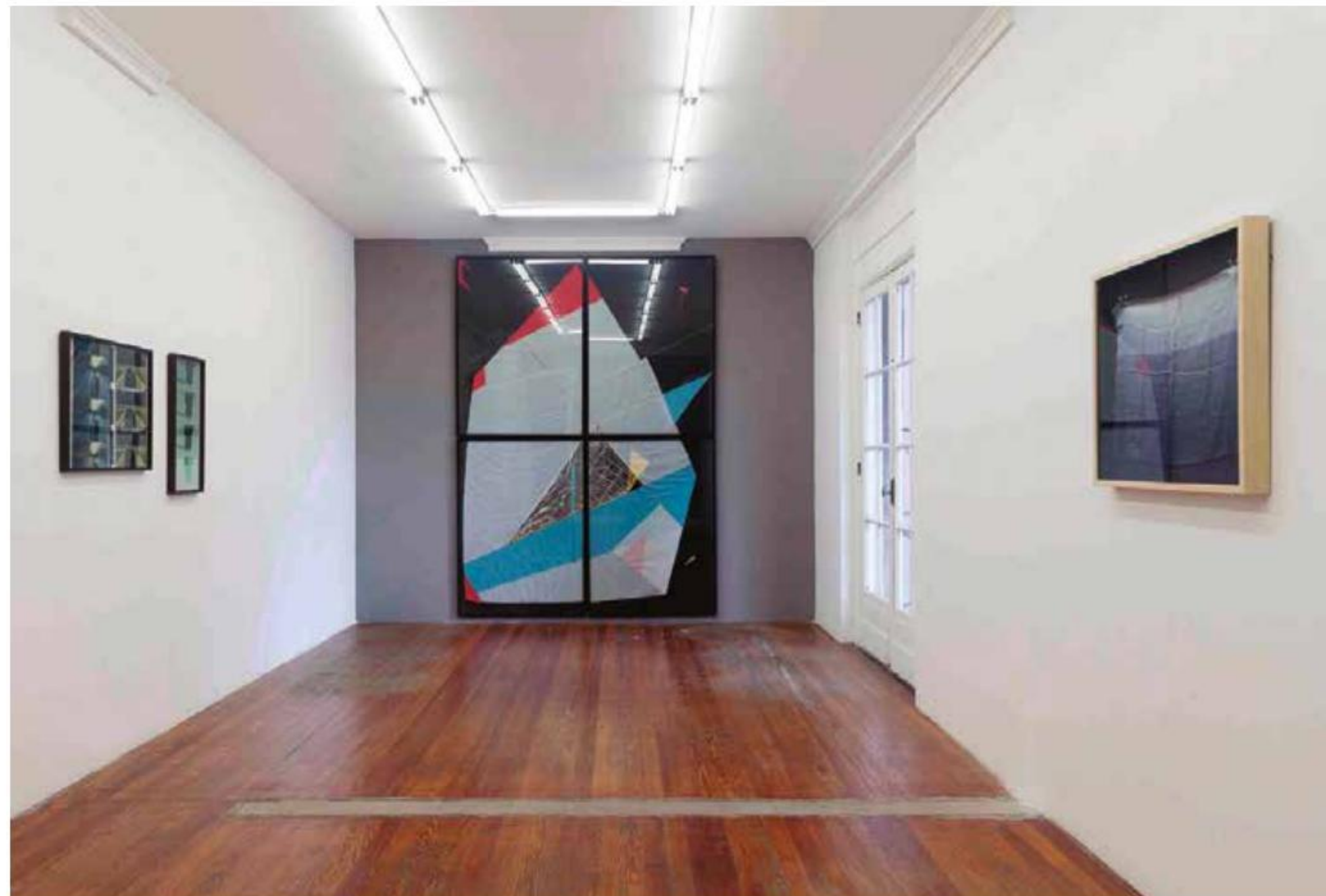
"Queremos que quienes vengan a Cusco digan: 'Visité el Museo Tater Vera y fue una experiencia inolvidable'. Para

eso, cada rincón está cuidadosamente diseñado. La curaduría es clave. Cada objeto tiene una historia que contar", agrega. Su visión, que articula arte, diseño, narrativa visual y experiencia sensorial, está en sintonía con esta nueva mirada sobre Cusco: una ciudad que no solo se contempla, sino que se vive.

DESAFÍOS CON RAÍZ

Por supuesto, esta efervescencia creativa no está libre de tensiones. Posicionar propuestas exigentes y arriesgadas en una ciudad tan asociada al turismo masivo implica navegar contra corriente. Para Gonzales-Vigil, el reto ha sido "romper con la lógica de lo exótico como mercancía" y construir un público curioso, tanto local como extranjero. En el caso de Casa Ichu, el desafío ha sido "educar el paladar sin caer en imposiciones, hacer que la cocina vegetal sea emocionante, y al mismo tiempo, profundamente andina".

Pero es justamente esa fricción la que parece alimentar un tipo de energía creativa muy propia de Cusco. Una que se basa en la coherencia entre territorio, estética y experiencia. Ya sea



en una sala de arte o en una mesa de degustación, lo que se está gestando es una nueva narrativa: una donde lo ancestral no es un adorno, sino una raíz viva desde la cual crear.

UN NUEVO EPICENTRO CULTURAL

Lo que une a proyectos como Galería Vigil Gonzales, Casa Ichu o iniciativas como KIPHU no es solo su valor estético o su originalidad. Lo que los conecta es una visión compartida: la de hacer de Cusco algo más que un destino turístico. La de convertirlo en un epicentro cultural vivo, donde el arte, la cocina, la arquitectura y la espiritualidad dialogan con el territorio para proponer nuevas formas de habitar el presente.

"Construir una escena potente desde fuera de los grandes centros es posible. Y Cusco lo está demostrando", afirma Arístides. Kenji lo complementa: "Esta ciudad tiene todo: historia, energía, insumos, gente. Solo hacía falta mirarla con otros ojos. Y eso, finalmente, es lo que estamos haciendo todos desde distintos frentes: mirar de nuevo, reimaginar, y crear desde el asombro".

DESDE LA TIENDA DE SERGIO DÁVILA HASTA LA GALERÍA VIGIL GONZALES, PASANDO POR EL RESTAURANTE CASA ICHU Y EL MUSEO TATER VERA, CUSCO SE POSICIONA COMO EL NUEVO EPICENTRO DE LA MOVIDA CULTURAL Y GASTRONÓMICA.

No nos vamos; ahora, te llevamos

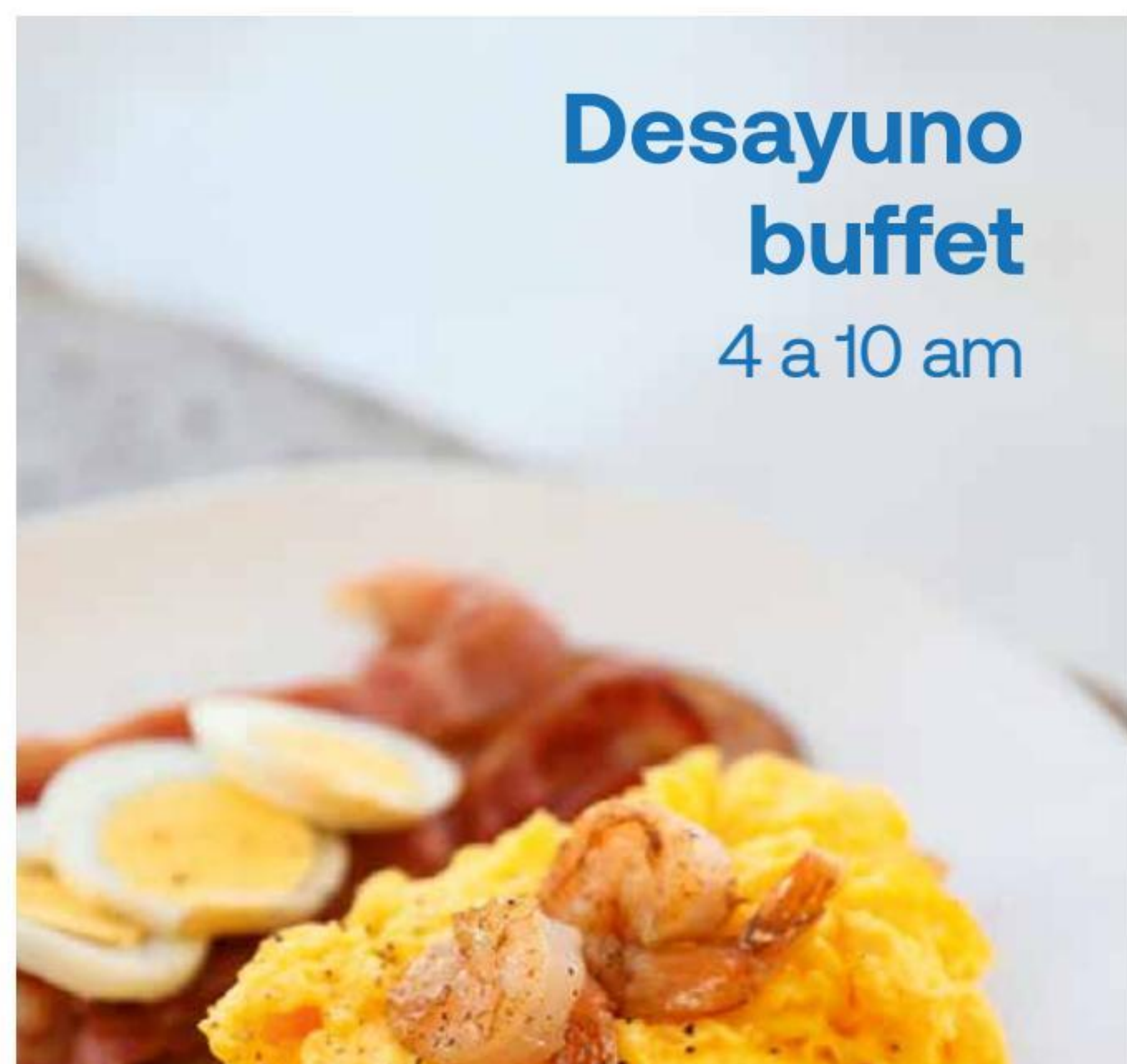
El aeropuerto ha inaugurado una nueva terminal y nuestro hotel, **Costa del Sol Wyndham Lima Airport**, sigue operando con total normalidad.



Shuttle gratuito
al nuevo aeropuerto
desde el hotel

cada
30 min.

Disfruta de nuestros **servicios**



**Desayuno
buffet**
4 a 10 am



**Relájate
en el Spa**
atención 24hrs
(previa reserva)



**Habitaciones
insonorizadas**

[.costadelsolperu.com](http://costadelsolperu.com)

ENTRE EL 30% Y 40% DE LOS VIAJEROS CORPORATIVOS EN LIMA COMBINAN TRABAJO Y OCIO

EL AUGE DEL TURISMO BLEISURE

En un contexto donde el equilibrio entre productividad y bienestar cobra mayor relevancia, una tendencia viene ganando espacio en el turismo corporativo: el Bleisure, concepto que une "business" (negocios) y "leisure" (ocio). Cada vez más ejecutivos que viajan por trabajo están optando por extender su estadía para disfrutar del destino, y Lima no es la excepción.

Esta práctica está transformando los hábitos de consumo del viajero corporativo y, en consecuencia, la oferta de servicios en el sector hotelero. Datos recientes de hoteles como The Westin Lima y AC Hotel Lima Miraflores, reconocidos hoteles de la capital, revelan que aproximadamente el 40% de sus huéspedes anuales provienen del segmento corporativo, siendo los sectores más representados banca, consultoría, tecnología, retail y organismos diplomáticos. La mayoría de estos visitantes provienen de Norteamérica y Sudamérica.

UNA AGENDA QUE SE AMPLÍA: DE REUNIONES A EXPERIENCIAS

En promedio, una estadía por negocios en Lima dura entre dos y tres noches. Sin embargo, cuando el motivo se extiende por ocio, ese tiempo se incrementa hasta a cuatro noches. Esto refleja un cambio en las prioridades: ya no se trata solo de cerrar acuerdos o asistir a eventos corporativos, sino de aprovechar la oportunidad para conocer la ciudad, disfrutar de su gastronomía, relajarse o explorar su cultura.

Por ello, los hoteles han empezado a ofrecer servicios que acompañan esta transición. Desde habitaciones

con vistas privilegiadas y acceso a clubes ejecutivos, hasta guías de viaje según el perfil de cada huésped y equipos de conserjería que facilitan recomendaciones personalizadas para recorrer la ciudad, todo apunta a enriquecer la experiencia del viajero más allá del ámbito laboral.

QUÉ VALORA EL NUEVO VIAJERO

"Algunos de los beneficios más solicitados por este perfil incluyen desayuno buffet, internet de alta velocidad, gimnasio, piscina, espacios de coworking y programas de lealtad como lo es Marriott Bonvoy", señala Camila Rivera, Gerente Corporativa de Ventas Grupos & Cuentas Comerciales de INTURSA Grupo Hotelero. Además, agrega que el servicio personalizado y la posibilidad de diseñar experiencias locales se ha vuelto un diferenciador clave para quienes buscan optimizar su tiempo libre sin perder eficiencia durante el día.

Otra característica del bleisure traveler es que suele reservar principalmente a través de convenios corporativos exclusivos y acotados a las



EN PROMEDIO, UNA ESTADÍA POR NEGOCIOS EN LIMA DURA ENTRE DOS Y TRES NOCHES. SIN EMBARGO, CUANDO EL MOTIVO SE EXTIENDE POR OCIO, ESE TIEMPO SE INCREMENTA HASTA A CUATRO NOCHES.



necesidades de su empresa, y en una menor medida mediante intermediarios especializados y programas de lealtad, lo que muestra una relación de confianza entre las empresas y los hoteles, que a su vez adaptan su oferta para fidelizar a este tipo de huéspedes.

UNA TENDENCIA CON IMPACTO Y PROPÓSITO

Para Camila Rivera, Gerente Corporativa de Ventas Grupos & Cuentas Comerciales de INTURSA Grupo Hotelero, el bleisure representa no solo una oportunidad para el sector hotelero, sino también una plataforma para fortalecer valores como la sostenibilidad, la personalización y el bienestar. "En respuesta a nueva demanda Bleisure nos proyectamos a elaborar y ofrecer paquetes integrales que combinen por ejemplo, upgrades de habitación, acceso a spas con experiencias gastronómicas y recorridos artísticos-culturales en la ciudad", puntualizó.

La tendencia es clara: viajar por trabajo ya no significa desconectarse de uno mismo. Hoy, se viaja para lograr alta productividad, pero también para disfrutar. Y Lima, con su oferta urbana, cultural y gastronómica, se posiciona como un destino ideal para vivir el equilibrio entre agenda y experiencia.



En los valles soleados del sur peruano, entre parras centenarias y nuevos emprendimientos, el pisco renace. No es solo un destilado: es historia, territorio, familia y proyección internacional. Y aunque lleva siglos entre nosotros, hoy, más que nunca, busca consolidarse como el gran embajador líquido del Perú. Para entender esta ruta —compleja, sabrosa y profundamente identitaria— conversamos con José Bracamonte, sommelier de Marca Perú, músico y ferviente defensor del llamado “líquido celestial”.

UN PANORAMA CON AROMA A CRECIMIENTO

“El panorama actual del pisco en Perú es muy prometedor”, asegura Bracamonte. “En los últimos años hemos visto un creciente interés tanto a nivel nacional como internacional. Este boom se debe, en parte, a la valorización de productos locales y a la tendencia hacia la coctelería de autor”.

Sin embargo, matiza que todavía hay tareas pendientes. “Falta educación al consumidor y mayor promoción. Todos debemos hacer nuestra parte para impulsar el pisco, desde

EL ALMA LÍQUIDA DE PERÚ: UNA RUTA HACIA EL CORAZÓN DEL PISCO

Más que un trago, el pisco es historia, territorio y proyección. José Bracamonte traza un mapa de sabor, memoria y futuro para nuestra bebida más simbólica.

—
POR DANIELLA BEJARANO SANGAMA
—



donde estemos. Yo siempre viajo con botellas en la maleta para hacer catas. El pisco es una joya líquida que nadie más tiene en el mundo”.

ICA, AREQUIPA Y MÁS ALLÁ: LOS TERRITORIOS QUE ESTÁN MARCANDO LA PAUTA

Si hay una región que sigue marcando el estándar, esa es Ica. Su tradición, variedad de uvas y experiencia acumulada la convierten en el corazón pisquero del país. Pero no es la única. “Arequipa está emergiendo con propuestas innovadoras y sostenibles. Moquegua también viene trabajando con nuevas técnicas de producción. Y no podemos dejar de mencionar Lunahuaná o Aucallama, donde hay bodegas increíbles y una riqueza aún poco explorada”, explica Bracamonte. Esta diversidad territorial no solo enriquece la producción, sino también la narrativa. Cada valle tiene una historia, una forma de entender la tierra, un acento en su pisco.

“CADA VEZ MÁS BARTENDERS SE INTERESAN EN EL ORIGEN DEL PISCO, EN CÓMO SE PRODUCE, QUÉ UVA SE USÓ, QUIÉN ESTÁ DETRÁS”

EL BARTENDER Y EL PRODUCTOR: UNA RELACIÓN QUE SE ESTRECHA

En los últimos años, se ha fortalecido el vínculo entre quienes producen el pisco y quienes lo sirven en barras alrededor del país y del mundo. “Cada vez más bartenders se interesan en el origen del pisco, en cómo se produce, qué uva se usó, quién está detrás”, comenta Bracamonte. Este acercamiento es clave para construir cultura y darle valor al producto. Pero no basta solo con buena voluntad: “El Estado también debe invertir. No puede ser solo el productor o el bar el que cargue con el esfuerzo de posicionar al pisco. Mincetur y el Ministerio de Producción deberían estar liderando este movimiento”.

UNA RUTA CORTA RECOMENDADA POR BRACAMONTE

“Una buena ruta del pisco debe combinar catas, encuentros con los productores, recorridos por viñedos, música y comida. Se trata de disfrutar, de conocer y de valorar. Que venga el extranjero y diga: ‘Yo quiero hacer la Ruta del Pisco’, como quien hoy dice: ‘Voy a Mendoza’”, explica el sommelier, quien además recomienda una ruta esencial para quienes quieran iniciarse en este viaje.

- 1. Don Ignacio (Lunahuaná): por su sabor elegante y su conexión con el valle.
- 2. Inquebrantable (Chincha): pisco que honra la resiliencia de su gente.
- 3. Cuatro Fundos (Ica): calidad y tradición familiar.
- 4. Cuneo (Tacna): una joya del sur que está dando que hablar.
- 5. Torre de la Gala, Cepas de Loro y Paz Soldán (Arequipa): innovación y potencia en el sur andino.
- 6. Atencio (Moquegua): pasión y técnica en una región de enorme potencial.

Cada una de estas bodegas refleja no solo una forma de hacer pisco, sino una filosofía de vida.

SOSTENIBILIDAD: LA NUEVA FRONTERA

El futuro del pisco también depende de su capacidad para adaptarse a los retos ambientales y sociales. “La sostenibilidad está comenzando a ganar atención, pero todavía falta mucho”, señala Bracamonte.

Algunas bodegas ya están implementando prácticas como energías renovables o gestión responsable del agua, pero el cambio debe ser más amplio y sistémico. “Necesitamos una ley clara, como en España o Francia, que regule denominaciones de origen y prácticas mínimas. Eso elevaría la calidad y haría más fácil estandarizar”.

La sostenibilidad no sólo es ética, también es estratégica: es una demanda creciente de los mercados internacionales.

EL DESAFÍO DE CONSOLIDARSE AFUERA

Tequila, mezcal, gin. Son nombres que suenan en bares de Nueva York, Berlín o Tokio. ¿Puede el pisco alcanzar ese nivel de reconocimiento?

Bracamonte cree que sí, pero que hay que trabajar en tres frentes: marketing, identidad y educación. “Hay que explicar qué es el pisco, en qué se diferencia del resto. El público extranjero lo percibe cada vez más como un destilado premium, pero falta continuidad y consistencia en el mensaje”.

Él, por su parte, lo hace desde la acción: “En cada viaje, en cada cata, en cada asesoría, llevo pisco. En mis clases y mis canciones, siempre está presente. Hasta hice la canción ‘Un Pisco Sour, mi hermano’ para animar eventos en Europa”.

SI HAY UNA REGIÓN QUE SIGUE MARCANDO EL ESTÁNDAR, ESA ES ICA. SU TRADICIÓN, VARIEDAD DE UVAS Y EXPERIENCIA ACUMULADA LA CONVIERTEN EN EL CORAZÓN PISQUERO DEL PAÍS. PERO NO ES LA ÚNICA. LE SIGUEN AREQUIPA, MOQUEGUA E, INCLUSO, TACNA.



LA DEMANDA CRECE: UNA OPORTUNIDAD QUE NO SE PUEDE DESAPROVECHAR

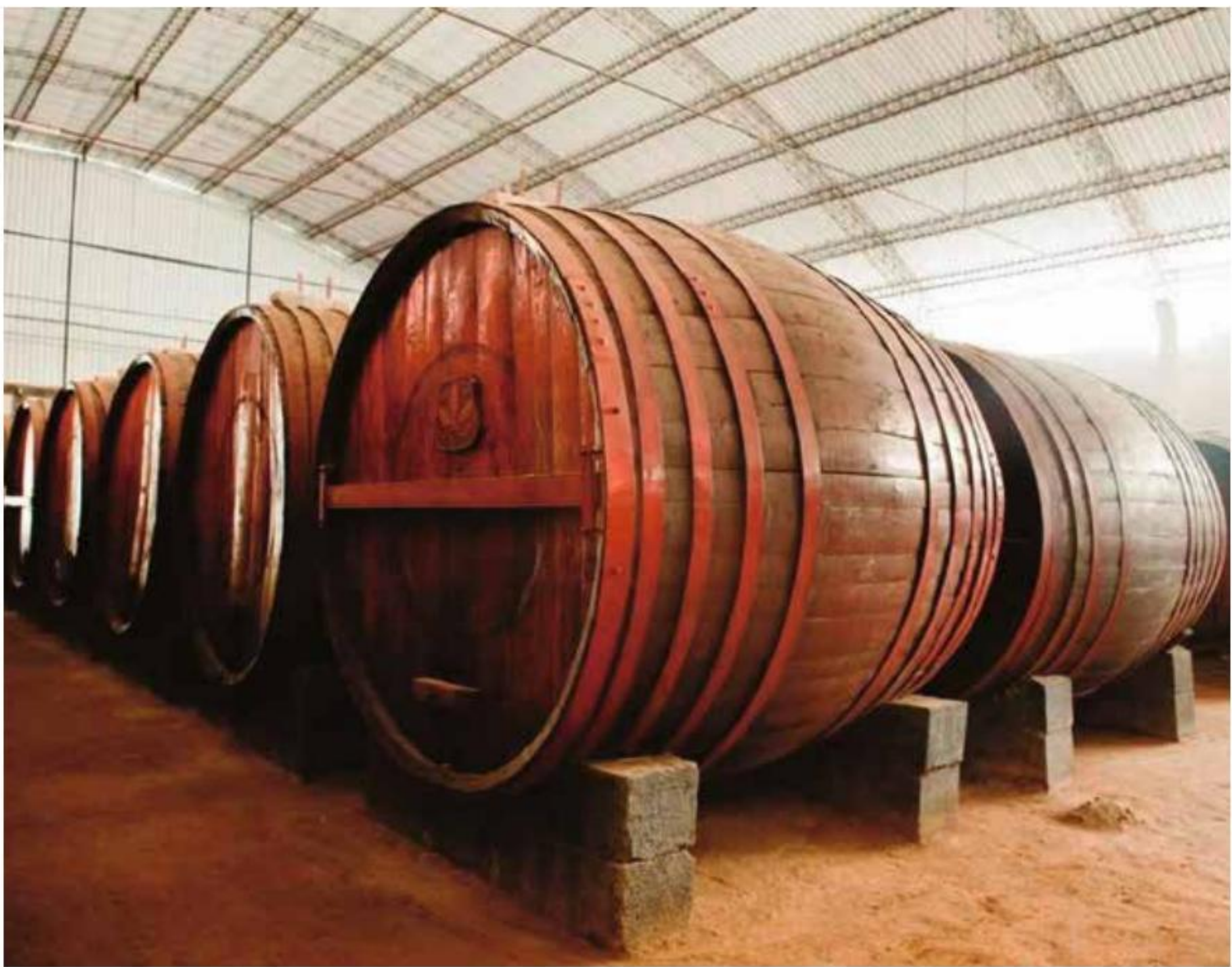
El interés por el pisco está creciendo, y no solo en el extranjero. “Las exportaciones han subido un 20% en los últimos años”, apunta Bracamonte, respaldado por cifras oficiales. Pero también la demanda interna se está



“EL PISCO NO ES SOLO UN TRAGO. ES UNA FORMA DE DECIR QUIÉNES SOMOS”

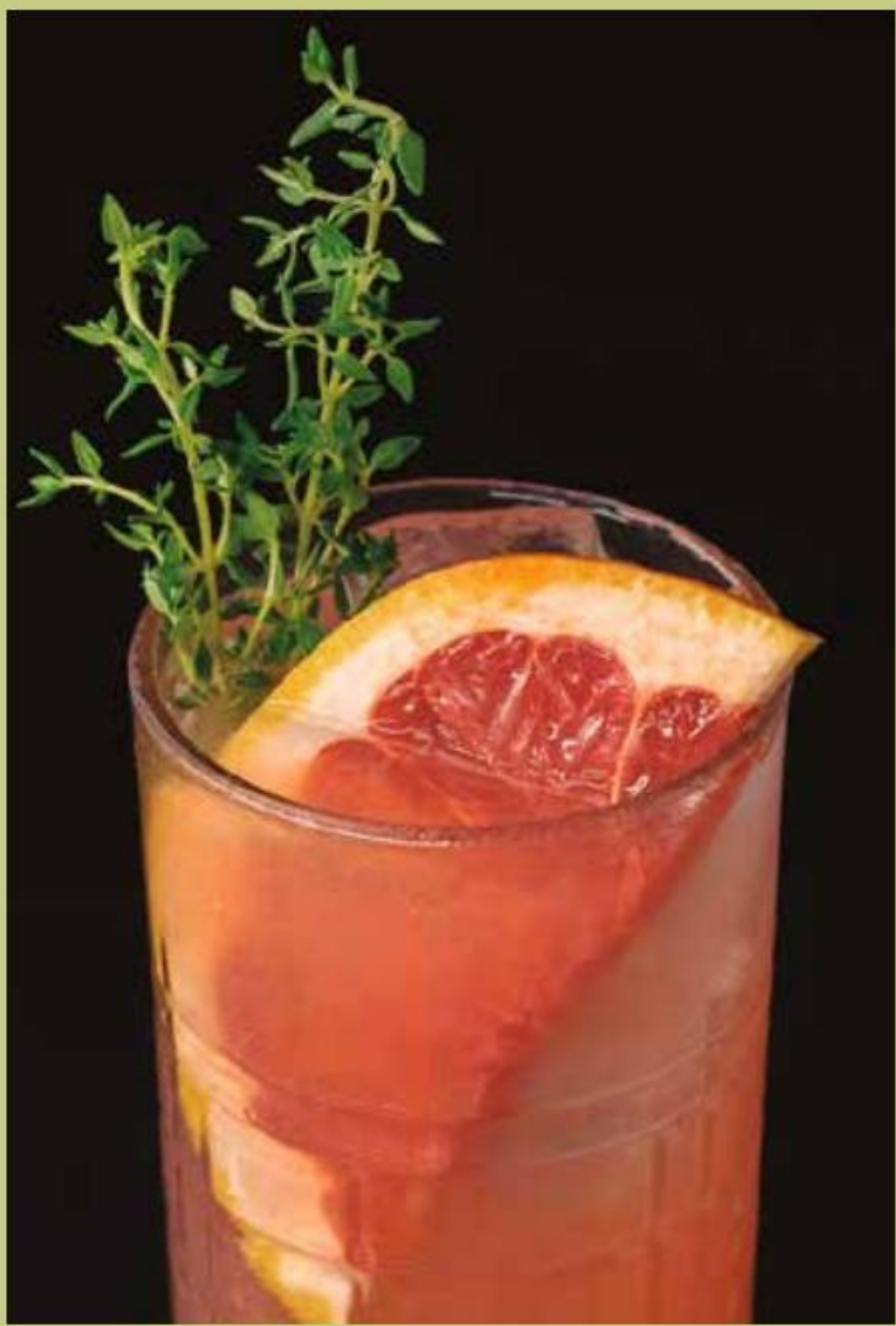
moviendo, impulsada por una nueva generación de consumidores y bartenders. Entender esta dinámica es vital para planificar el futuro. “El pisco ya no es solo una bebida de fiesta patria.

Es parte de la identidad peruana, de su cultura gastronómica, de su narrativa contemporánea”, asegura. “El pisco no es solo un trago. Es una forma de decir quiénes somos”, concluye Bracamonte. Y tiene razón. Porque en cada botella hay una historia, una geografía, una familia y un país entero esperando ser descubierto. La Ruta del Pisco no solo es un viaje por el Perú profundo, es un acto de reconocimiento y orgullo.



LA RUTA DEL PISCO X PISCO FERREYROS

El bartender Renzo Bermudez Puente ofrece una selección de cocktails para preparar en casa y celebrar estas Fiestas Patrias de la mano de Pisco Ferreyros.



COCTEL: LLANKHA (QUECHUA: DE COLOR ROSADO)

- Ingredientes:**
- Pisco Ferreyros Acholado 2 oz
 - Zumo de limón ¼ oz
 - Cordial de toronja y romero 1 oz
 - Pink Soda Toronja London Essence 3 oz
 - Media luna de toronja (decoración)
 - Ramita de tomillo (decoración)

Procedimiento: Mezclar todos los ingredientes en un vaso largo con hielo. Decorar con la media luna de toronja y el tomillo.
Tip: No remover demasiado para que no se pierda el gas.



COCTEL: FERREYROS ARDIENTE

- Ingredientes:**
- Pisco Ferreyros Acholado 2 oz
 - Agua Tónica Britvic 1 lata
 - Zumo de limón 1 chorrito
 - Ají limo en corte juliana
- Procedimiento:** Llenar una copa balón con trozos de hielo, colocar el Pisco Ferreyros, zumo de limón y de 3 a 5 hilos de ají limo cortado en juliana, sin venas ni semillas. Completar con 1 lata de agua tónica.
Tip: Quitar las venas del ají limo y dejar reposar en azúcar y vinagre por unos 15 minutos para suavizar el picante sin perder el sabor.



COCTEL: KINKY TANGERINE

- Ingredientes:**
- Pisco Ferreyros Quebranta 2 oz
 - Jarabe de goma ½ oz
 - Zumo de limón ½ oz
 - Mandarina ½ unidad
 - Gajo de mandarina (decoración)
 - Menta (decoración)
- Procedimiento:** Machacar la media mandarina pelada en una coctelera, añadir los ingredientes restantes y agitar unos segundos. Colar y vertir el contenido en un vaso Old Fashion con hielo picado. Decorar con un gajo de mandarina y unas hojas de menta.
Tip: Para compartir con más invitados, se puede exprimir jugo de mandarina y aumentar las proporciones para preparar una jarra de cóctel.

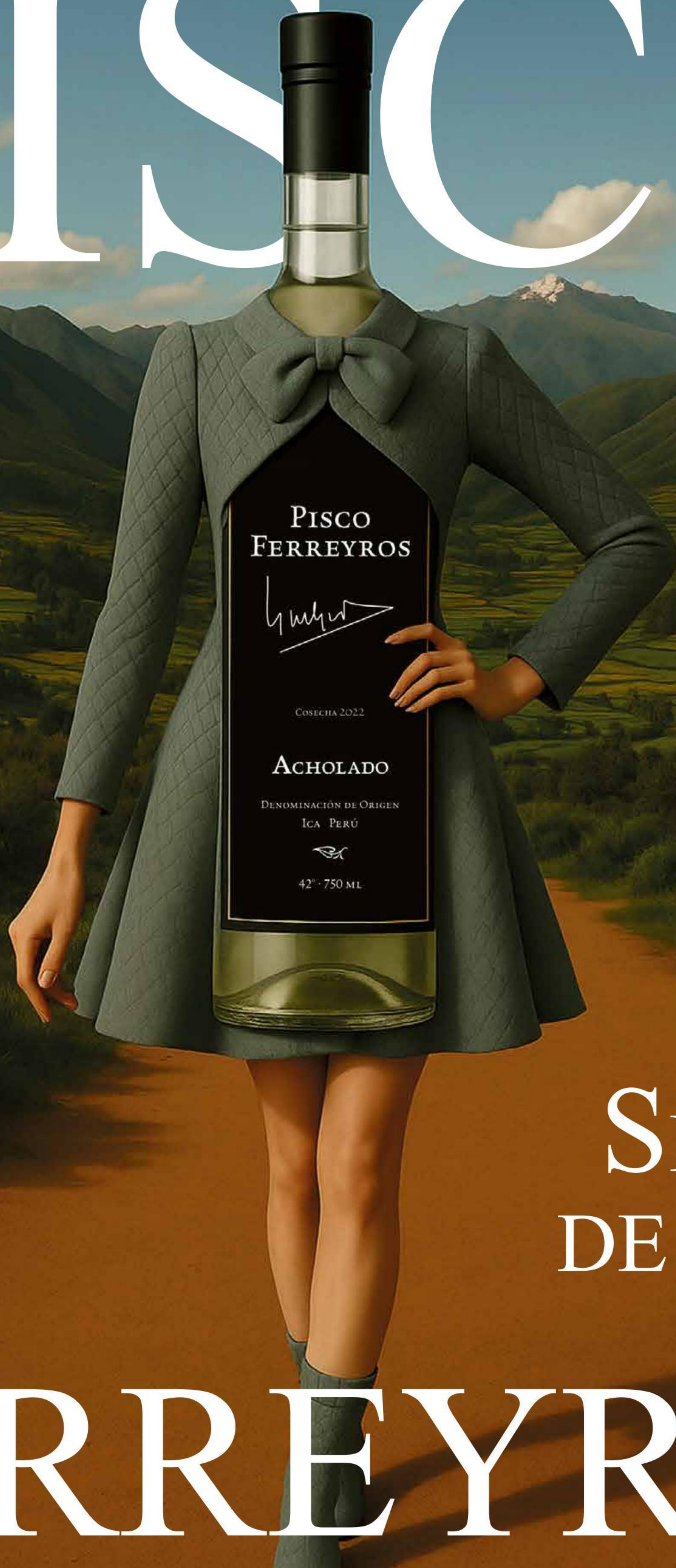


COCTEL: PUNCH DE SANDÍA

- Ingredientes:**
- Pisco Ferreyros Acholado 2 oz
 - Jugo de sandía 3 oz
 - Jarabe de goma 2 chorritos
 - Zumo de limón ¼ oz
 - Albahaca 3 hojas
 - Vermouth blanco ¾ oz
 - Sal de maras 1 pizca (opcional)
 - Media luna de sandía (decoración)
 - Rodaja de lima o limón (decoración)
- Procedimiento:** Combinar los ingredientes en una coctelera. Mezclar y servir en un vaso tipo Old Fashion. Decorar con media luna de sandía y una rodaja de limón.
Tip: Probar con una pizca de sal para realzar los sabores.

Disponible en FRINA
(Av. Daniel Hernández 293,
San Isidro)

PISCO



SIEMPRE
DE MODA

FERREYROS

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



JOHNNIE WALKER CELEBRA FIESTAS PATRIAS CON UNA EDICIÓN LIMITADA QUE RINDE HOMENAJE A LOS MIRLOS

Johnnie Walker da inicio a las celebraciones por Fiestas Patrias con una colaboración muy especial junto a Los Mirlos, la emblemática banda peruana que puso a la cumbia amazónica en el mapa del mundo. El empaque de edición limitada de Johnnie Walker Red Label rinde homenaje a la energía, el ritmo y el legado de este género musical que trasciende generaciones.

El diseño estuvo a cargo de Muriel Holguín, artista visual peruana, quien fusionó los colores, elementos musicales y símbolos de la Amazonía con el estilo vibrante y progresivo de la marca. Esta edición limitada se podrá encontrar en distintos puntos de venta a nivel nacional durante todo el mes de julio y con tan solo escanear el QR que figura en cada estuche, los

consumidores podrán disfrutar el re estreno del documental "La Danza de Los Mirlos", dirigido por Alvaro Luque, que revive la historia y el impacto de esta agrupación legendaria. "Keep Walking no es solo avanzar, sino hacerlo con propósito, convicción y orgullo por el camino recorrido", señaló Isis Machado, Regional Brand Manager de Johnnie Walker. "En estas Fiestas Patrias queremos brindar por

EN ESTE MES
PATRIO,
JOHNNIE WALKER
LE RINDE
HOMENAJE A
LOS MIRLOS CON
UN EMPAQUE DE
EDICIÓN LIMITADA
DISEÑADO POR LA
ARTISTA VISUAL
MURIEL HOLGUÍN.

nuestras raíces, y qué mejor manera que hacerlo celebrando a un ícono musical como Los Mirlos, que con su ritmo han puesto a bailar al mundo entero”, agregó.

Elegidos por su impacto cultural e inconfundible sonido, Los Mirlos representan la esencia de avanzar con orgullo desde las raíces. La banda fue fundada en Moyobamba en el 1973 por Don Jorge Rodríguez Grandez, vocalista y líder, junto a Danny Johnston, también miembro original de la agrupación. Medio siglo después del inicio de su “cumbia psicodélica”, siguen creando historia y representando símbolo de fusión e identidad nacional.



CUMBIAZONICA SOUR

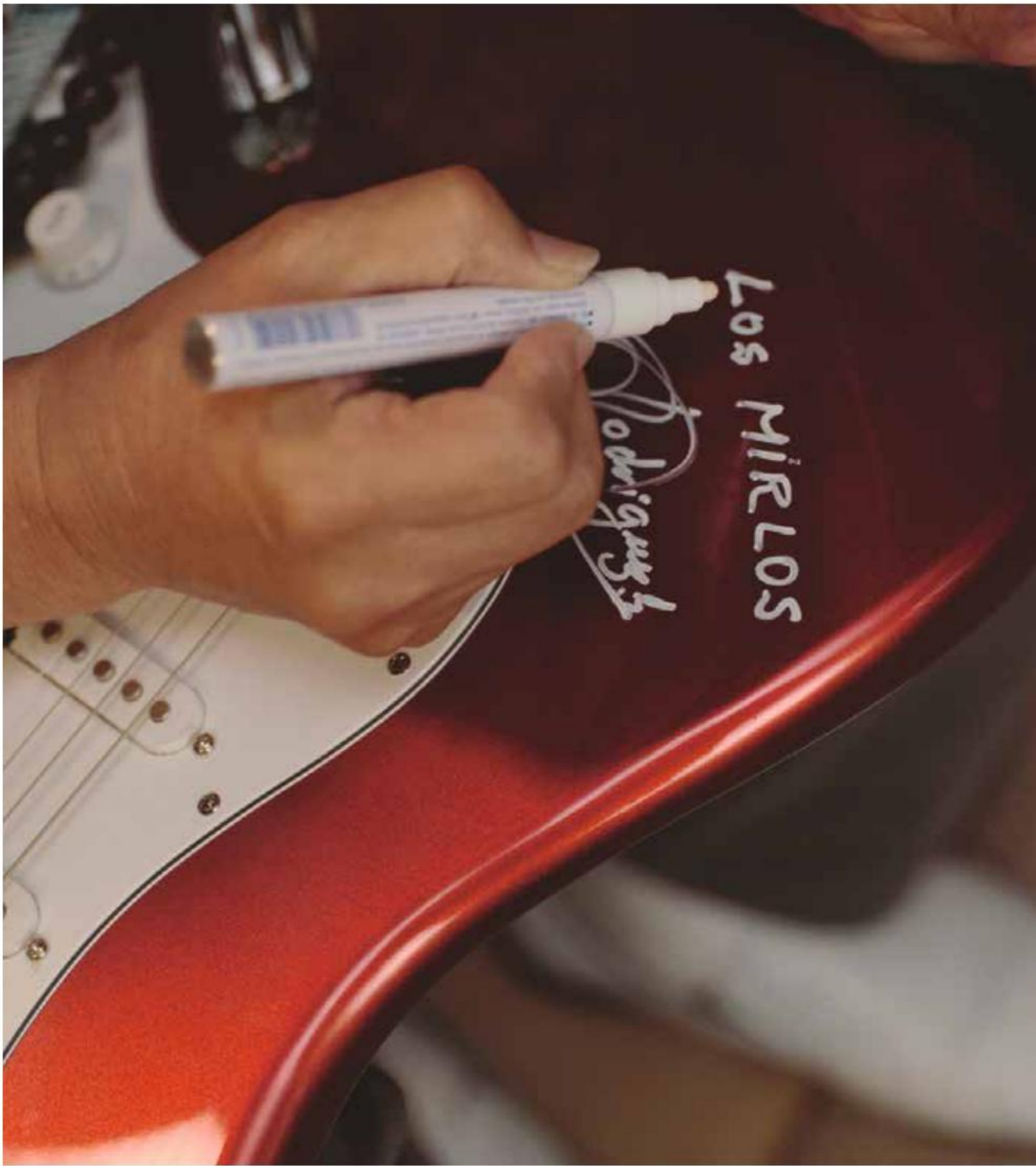
En una coctelera, coloca 45 ml de Johnnie Walker. Añade 15 ml de jugo natural de camu camu, 7.5 ml de limón Tahití y 20 ml de jarabe de goma. Agrega 30 ml de clara de huevo. agita primero en seco (sin hielo) para crear espuma y luego, añade hielo y agita nuevamente por 10 segundos. Cuela y sirve en un vaso corto con hielo nuevo. Decora con polvo de camu camu o hibiscus sobre la espuma. ¡A disfrutar!

JOHNNIE & GINGER

Añade el hielo, seguido de 45 ml de Red label y finaliza con 120 ml una ginger ale muy fría. Integra los ingredientes con una cuchara cuidando de no perder el gas. Decora con un gajo de limón.



CON TAN SOLO ESCANEAR EL QR QUE FIGURA EN CADA ESTUCHE, LOS CONSUMIDORES PODRÁN DISFRUTAR EL RE ESTRENO DEL DOCUMENTAL “LA DANZA DE LOS MIRLOS”, QUE REVIVE LA HISTORIA Y EL IMPACTO DE ESTA AGRUPACIÓN LEGENDARIA.



“KEEP WALKING NO ES SOLO AVANZAR, SINO HACERLO CON PROPÓSITO, CONVICCIÓN Y ORGULLO POR EL CAMINO RECORRIDO”

La celebración llegará también a bares y restaurantes de diferentes ciudades, con una carta de cócteles inspirados en los sabores del Perú. Bruno Ferrari, Trade & Advocacy Manager de Diageo recomienda brindar con: Cumbiazonica Sour y Johnnie & Ginger.

ROADTRIPS POR FIESTAS PATRIAS

REDESCUBRE EL PERÚ

Fiestas Patrias es la excusa perfecta para tomarse una pausa, escapar del ruido cotidiano y reconectar con el país desde la carretera. Desde Asia Sur, proponemos una ruta distinta para celebrar nuestras fiestas: recorrer el Perú por carretera y descubrir rincones que mezclan naturaleza, historia, lujo y desconexión. ¡Prepárate para empacar, llenar el tanque y salir a la ruta!

OXAPAMPA, PASCO: NATURALEZA, CAFÉ Y CULTURA AUSTRO-ALEMANA

DISTANCIA DESDE LIMA: 370 km (aprox. 9 h)

Oxapampa es un tesoro enclavado en la selva central. Su mezcla de arquitectura bávara, naturaleza exuberante y excelente gastronomía lo convierte en un destino exclusivo y relajante. Durante Fiestas Patrias, la ciudad celebra con bailes típicos, ferias gastronómicas y tours de aventura que incluyen actividades como canopy, paseos en cuatrimoto o exploración de cataratas.

QUÉ NO PERDERSE:

- Catarata El Tigre
- Tour de cafetales y fábricas de queso
- Parque Nacional Yanachaga-Chemillén



PARACAS E ICA: SOL, DESIERTO Y MAR

DISTANCIA DESDE LIMA: 260 km (4 h)

Paracas es un clásico que nunca pasa de moda. Ideal para quienes quieren un roadtrip cómodo pero lleno de lujo y desconexión. Puedes quedarte en un resort frente al mar o, si lo tuyo es la aventura, hacer sandboard en las dunas de Ica. Además, el avistamiento de fauna en la Reserva Nacional de Paracas es un plan perfecto para toda la familia.

QUÉ NO PERDERSE:

- Paseo a las Islas Ballestas
- Sunset en el desierto de Huacachina
- Visita a bodegas vitivinícolas

CANTA Y OBRAJILLO: DESCONEXIÓN EN LOS ANDES LIMEÑOS

DISTANCIA DESDE LIMA: 100 km (3 h)

¿Buscas algo más tranquilo y cerca? Canta y su vecino, Obrajillo, son joyas escondidas al noreste de Lima. Allí, el aire andino, las cascadas y las truchas frescas te invitan a bajar las revoluciones. El camino es escénico, con vistas impresionantes del valle y la sierra limeña.

QUÉ NO PERDERSE:

- Escapadas en pareja o en familia
- Picnic frente a la catarata Velo de la Novia
- Fotografías con paisajes naturales únicos



CAÑÓN DE AUTISHA, LIMA: AVENTURA VERTICAL

DISTANCIA DESDE LIMA: 140 km (3 h)

Este destino es para los amantes de la aventura. En el Cañón de Autisha puedes hacer rapel, cruzar puentes colgantes y llegar a una cueva subterránea con cascada incluida. La experiencia es extrema, pero la recompensa visual y emocional es única. Ideal para quienes disfrutan de la adrenalina al máximo.

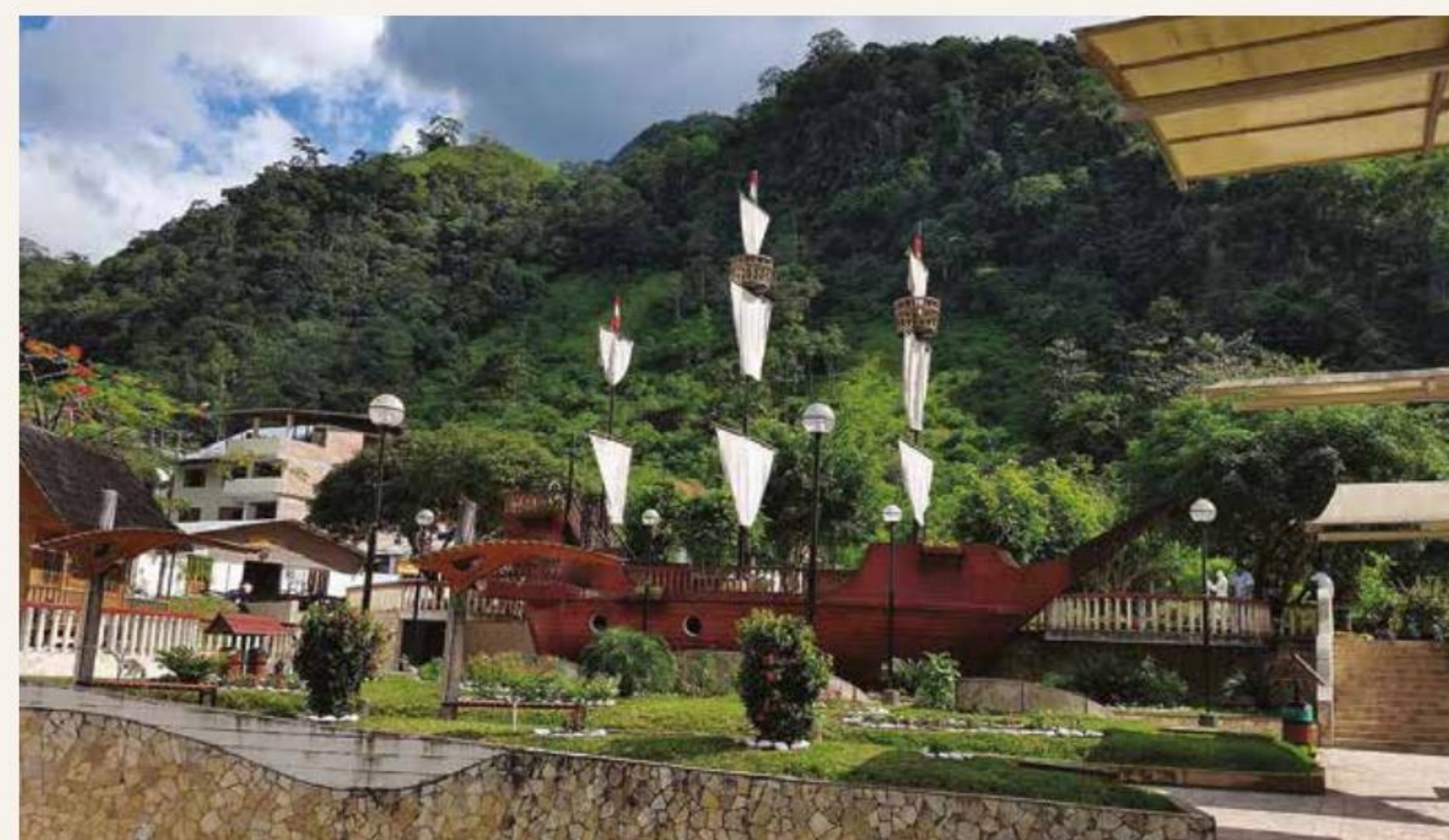
AYACUCHO: TRADICIÓN E HISTORIA

DISTANCIA DESDE LIMA: 560 km (10-11 h)

Cada vez más conectada y segura para llegar en auto, Ayacucho es una joya que mezcla historia, artesanía, arquitectura colonial y paisajes andinos. Durante Fiestas Patrias, la ciudad brilla con celebraciones tradicionales, música en vivo y danzas regionales.

QUÉ NO PERDERSE:

- Centro histórico y templos coloniales
- Talleres de retablos y tejidos
- Aguas Turquesas de Millpu, Tour a Vilcashuamán o la Pampa de Ayacucho.



POZUZO, PASCO: CRUZAR LOS ANDES HASTA LA SELVA

DISTANCIA DESDE LIMA: 470 km (11 h)

Este roadtrip es una joya para quienes quieren perderse — literalmente— entre montañas, cruzar ríos y llegar a una parte de Europa en medio de la selva. Pozuzo, fundado por colonos tirolese y alemanes, conserva una cultura y arquitectura únicas. El camino es desafiante, pero está lleno de vistas inolvidables.

- Museo Schafferer
- Río Huancabamba
- Cerveza artesanal y gastronomía germano-peruana

Viajar por el Perú en auto durante Fiestas Patrias es más que una escapada: es una forma de reconectar con nuestra diversidad, con paisajes que cortan la respiración y con culturas que conviven a pocas horas de distancia. Ya sea que prefieras el mar, la selva o la sierra, hay un destino esperándote en la ruta. ¿Cuál será tu próximo roadtrip?

VOCES QUE FLORESCEN DESDE LA RAÍZ

Milena Warthon, Daniela De Izcue y Renata Flores no solo hacen música: construyen identidad, redefinen el presente artístico del Perú y proyectan nuevos futuros desde lo íntimo y lo colectivo. En este especial, las tres artistas peruanas comparten sus trayectorias, sus luchas, y cómo han encontrado en la música una forma de resistencia, conexión y afirmación cultural.

POR ARIANNA GONZALES | FOTOS: ANDRÉS ESPINOZA







LA SEGUNDA PARTE DEL 2025, ESTÁ LLENA DE PROYECTOS PARA MILENA. TRAS EL ESTRENO DE SU CANCIÓN "VICTORIA", SE PREPARA PARA LANZAMIENTO DE SU NUEVO DISCO Y LA PRESENTACIÓN DE SU LIBRO.

MILENA WARTHON: LA VOZ QUE TEJE IDENTIDAD Y FUTURO

Milena Warthon no solo canta, construye puentes. Entre generaciones, entre géneros musicales, entre el Perú de antaño y el que está por venir. Su propuesta artística, marcada por el término que ella misma acuñó como "pop andino", no responde a modas ni a fórmulas.

Es, en esencia, la expresión más íntima de su identidad.

Esa necesidad de nombrarse, de tener una categoría que le haga justicia a todo lo que es, dio vida a un concepto que hoy trasciende lo musical. "Pop andino" no es solo un género. Es su forma de habitar el mundo, un espacio donde convergen su herencia familiar, sus sueños de infancia y su compromiso con el arte.

"YO COMENCÉ COMPONRIENDO ACERCA DE MIS VIVENCIAS, Y ESO ME PERMITIÓ ENTENDER TAMBIÉN A MIS ANTEPASADOS, LA HISTORIA DE MI FAMILIA Y COMPRENDER CÓMO, GRACIAS AL ESFUERZO DE TODOS ELLOS, HE PODIDO LLEGAR HASTA DONDE ESTOY".

Desde pequeña, la música ha sido para Milena una vía para sanar, explorar y reconocerse. Su conexión con las raíces andinas no se dio de forma forzada ni superficial. Surgió desde lo emocional y lo cotidiano, a través de las canciones que escuchaba de sus abuelos. "Yo comencé componiendo acerca de mis vivencias, y eso me permitió entender también a mis antepasados, la historia de mi familia y comprender cómo, gracias al esfuerzo de todos ellos, he podido llegar hasta donde estoy", señala con orgullo.

Esta visión introspectiva no le impide mirar hacia afuera. Al contrario, su proyecto ha logrado captar la atención de audiencias nacionales e internacionales, acercando el arte andino a nuevos públicos sin perder autenticidad.

UNA MIRADA AL INTERIOR

Milena no busca representar a nadie más que a sí misma, pero en ese proceso se ha convertido en una voz poderosa para muchas mujeres, jóvenes y artistas que no encontraban espacio en los estereotipos tradicionales de la industria musical. Ella entiende que el arte también puede ser resistencia, una forma de desafiar las narrativas que

JOHN FRIEDA®

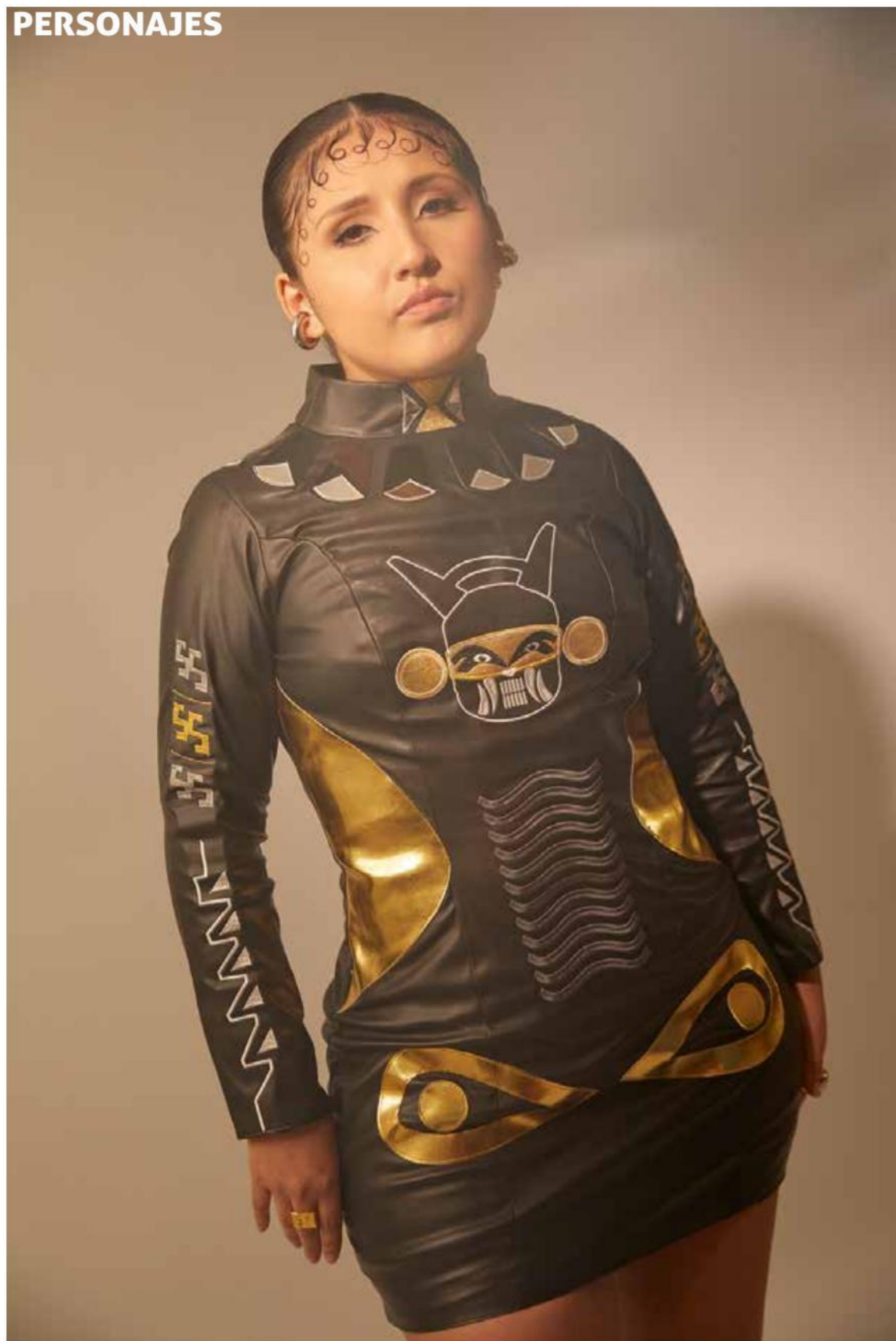


LIBÉRATE
DEL FRIZZ.
COMBATE LOS DAÑOS
Y REPARA EL FRIZZ.

©2025 Kao USA, Inc.

DISPONIBLE EN WONG, PLAZA VEA, TOTTUS Y ARUMA.

  
@JohnFriedaLatam



LEDITAT EUM,
OMMOLOR ALIA
DOLUT EATIBEA
SINUM RE ET
EATESTI AECESTIN
ERIAERUM ADIS
AUT VOLUPTATUR,
ESEQUE CUS
QUIAM VENT
MOLORRO QUI
CORI INT.
HENTIAME EA
CONSED QUE MA
QUO VOLLUPI
CIATIS

nos enseñaron a tener vergüenza de nuestras raíces. “La música ha sido un viaje maravilloso en el cual he podido conocer muchas cosas sobre mí, entre ellas esta conexión con mi identidad cultural, que muchas veces la misma sociedad nos impulsa a perder”, señala.

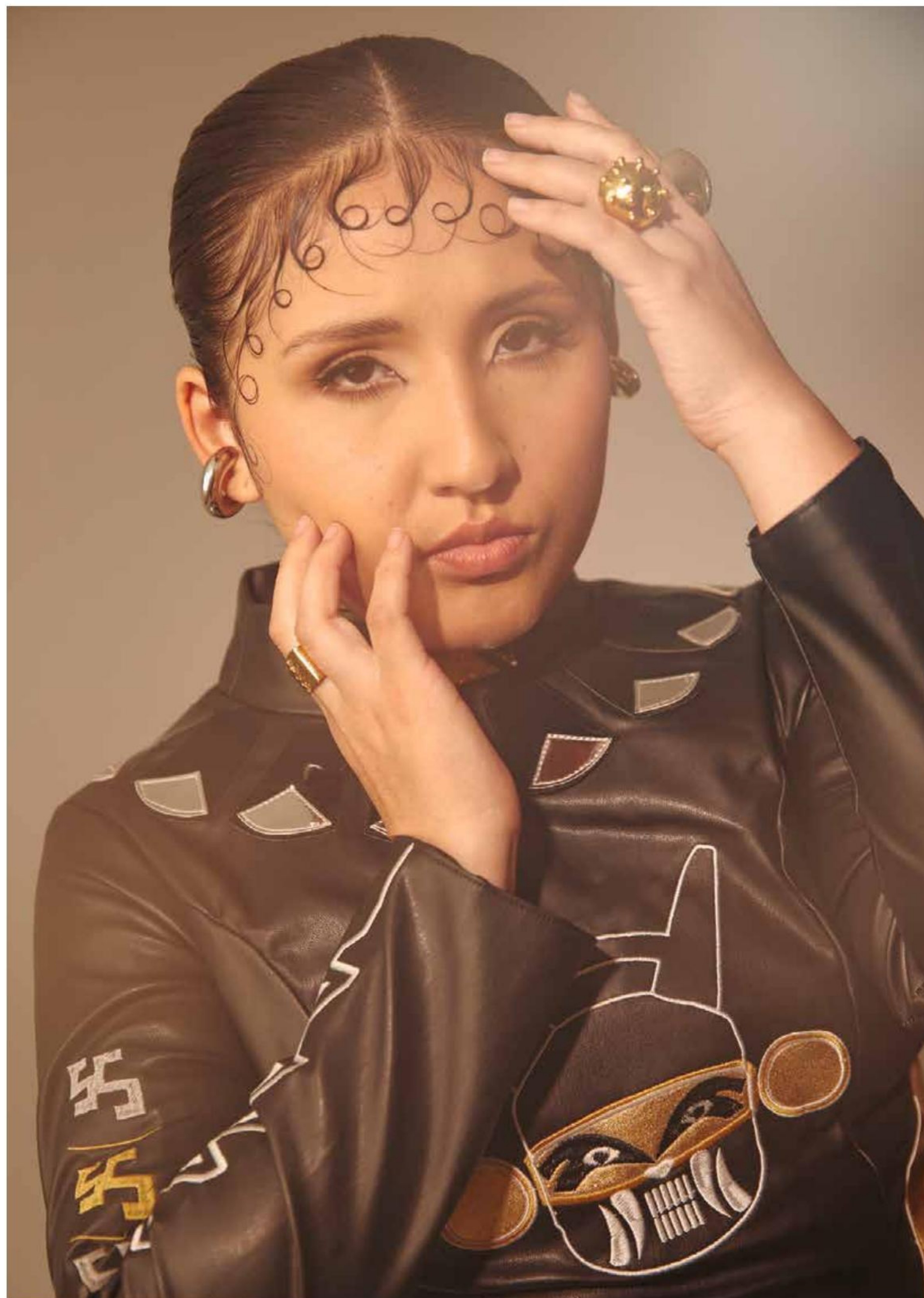
Hoy, Milena continúa expandiendo su universo artístico. Su próximo disco, más conceptual, cuenta la historia de una niña y una muñeca, y vendrá acompañado de su primer cuento, pensado para todas las edades. Este giro literario es, también, una declaración de intenciones: su arte quiere contar historias, emocionar, transformar. “El lanzamiento del libro es una nueva faceta y felizmente tengo el apoyo de la editorial que lo publicará conmigo”, dice con ilusión sobre el proyecto.

Sin embargo, a pesar de los nuevos formatos, el alma de su obra sigue sien-

do la misma. Milena no se despegue de la raíz. De hecho, tiene claro que aún le falta rendir homenaje a partes esenciales de su historia familiar: “Le he dedicado canciones a Yungay, que es la tierra de mi mamá. Me falta dedicárselas a la tierra de mi papá, que es Apurímac”.

Ese equilibrio entre lo personal y lo colectivo, entre lo tradicional y lo contemporáneo, es lo que hace de su propuesta algo único. En un país que a menudo ha invisibilizado lo andino como parte de su identidad moderna, Milena canta para que otras voces puedan también ser escuchadas. Canta para que lo peruano no tenga que traducirse, sino que pueda ser celebrado tal como es, en toda su diversidad.

“LA MÚSICA HA SIDO UN VIAJE MARAVILLOSO EN EL CUAL HE PODIDO CONOCER MUCHAS COSAS SOBRE MÍ, ENTRE ELLAS ESTA CONEXIÓN CON MI IDENTIDAD CULTURAL, QUE MUCHAS VECES LA MISMA SOCIEDAD NOS IMPULSA A PERDER”.



DANIELA DE IZCUE: UNA VOZ QUE CANTA DESDE EL PERÚ AL MUNDO

Daniela De Izcue pertenece a esa nueva generación de músicos peruanos que no temen ser vulnerables, hablar desde lo cotidiano y tejer una narrativa personal que, sin dejar de ser íntima, se vuelve universal. Con un estilo pop en español lleno de lirismo y sinceridad, representa una voz que se consolida desde el Perú, pero con una mirada global.

Graduada recientemente de la carrera de Música, celebra este hito como parte de un camino que ha sabido compaginar formación y exploración artística. Empezó su proyecto como solista mientras aún estudiaba y hoy, se encuentra lista para seguir creciendo dentro de una industria en constante transformación. Pero su apuesta no es solo técnica o profesional, sino profundamente emocional: "Mi música parte mucho de mi experiencia como mujer peruana; quiero que otras mujeres se sientan vistas, escuchadas y se atrevan a creer en ellas mismas", señala.

Daniela no es ajena a los desafíos de construir una carrera artística en el Perú. Por eso, cada paso que da, lo hace con una clara intención de aportar a la escena local. "Desde un inicio he querido que mi identidad como artista se base en eso: en poder dar la mano y ayudarnos entre todos, para impulsar juntos nuestra industria musical", dice, reafirmando un compromiso que va más allá de su propio proyecto. Este espíritu colaborativo la ha llevado a explorar otras geografías: hace poco estuvo en Canadá, donde ofreció un concierto con Sofar Sounds en Toronto; y en Argentina, donde grabó una próxima colaboración.

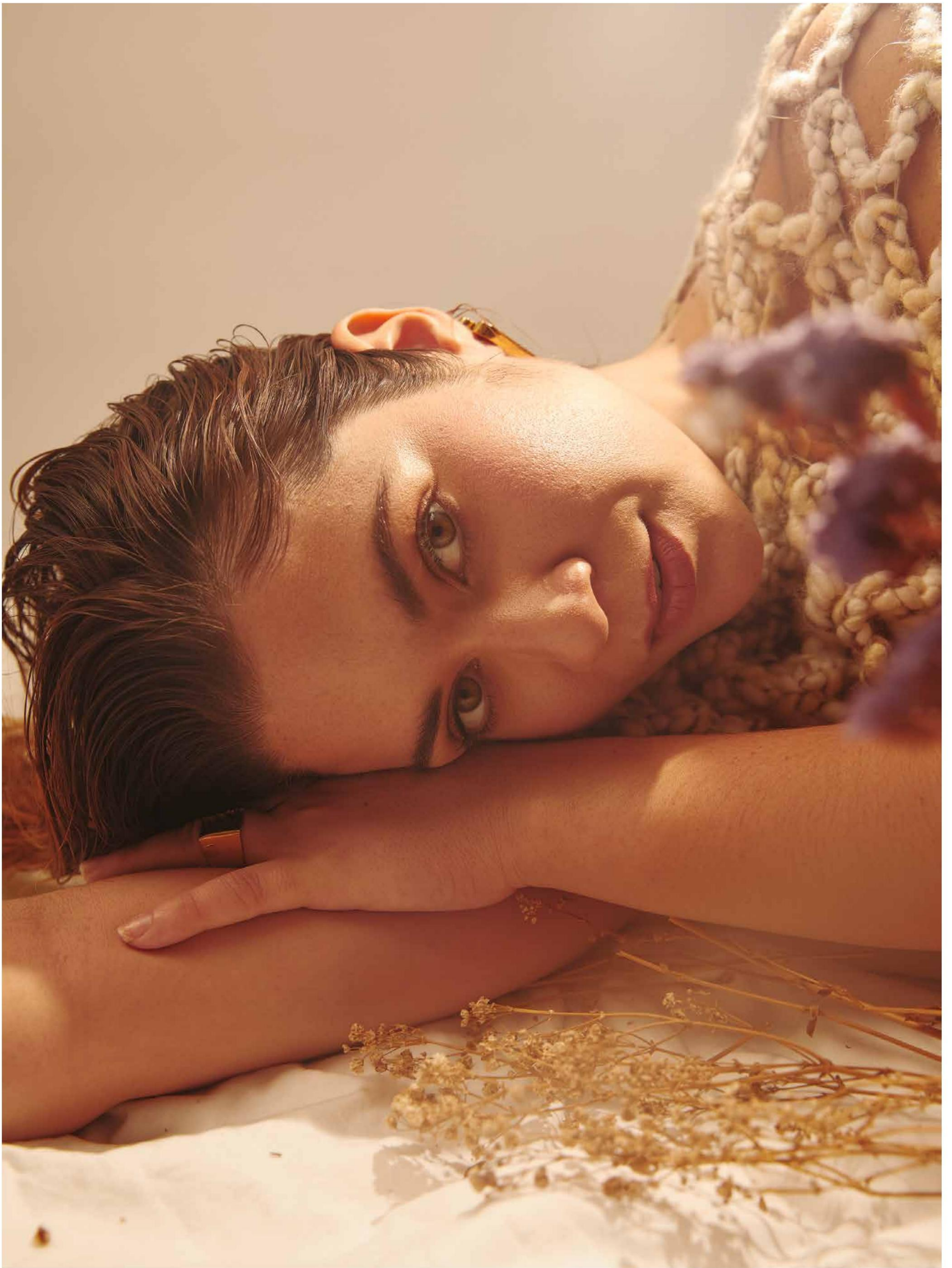
La peruanidad en su propuesta no es un recurso superficial ni un adorno estético. Está presente en su forma de escribir, en los temas que elige y en la sensibilidad con la que aborda sus letras. "Como compositora, me gusta escribir de forma directa y cercana, por eso a veces uso jergas peruanas o formas de hablar que hemos escuchado toda la vida. Se trata de reflejar el contexto en el que crecí: nuestras tradiciones, las familias, la manera en que nos hablamos, lo cotidiano, y también otros



temas más complejos como el duelo, que está presente en mi último sencillo 'Dulce'", explica. Esa fidelidad al entorno que la formó es también una forma de resistencia, de afirmar lo propio en una industria que muchas veces exige homogeneidad.

Chabuca Granda y Eva Ayllón son dos de sus referentes más importantes, mujeres que marcaron un antes y un después en la música peruana. De Chabuca admira "el manejo en sus letras, con grandes usos de metáforas,

"MI MÚSICA ES UNA MEZCLA DE LUCES CÁLIDAS, PALABRAS SINCERAS Y EMOCIONES QUE MUCHAS PERUANAS Y PERUANOS PUEDEN RECONOCER COMO PROPIAS".



SU PRÓXIMO ÁLBUM, AÚN EN PROCESO, SERÁ UNA SUERTE DE RETRATO GENERACIONAL DESDE LA EXPERIENCIA DE SER MUJER JOVEN EN EL PERÚ.

que hacen que cada canción se sienta como una poesía”, y de Eva, “su energía incansable que lleva al escenario y con el cual contagia a su público siempre”. Ambas influencias se perciben en el respeto que Daniela le tiene a la palabra y en la potencia emocional con la que entrega cada interpretación.

RESIGNIFICANDO LA MÚSICA

Además de cantante, Daniela es coach vocal certificada, experiencia que ha potenciado su empatía y su mirada sobre el canto como acto emocional y técnico. “Enseñar me ha hecho ver el canto desde otra perspectiva: dar confianza, trabajar la técnica y ser constantes”, cuenta. Esta labor pedagógica se entrelaza con su visión artística, haciendo de su proceso creativo un espacio también de sanación, escucha y cuidado.

En canciones como “Me Miro” y “Valgo la Pena”, la artista ahonda en temas como la autoestima y los estándares de belleza, conectando con la experiencia de muchas mujeres peruanas. Lejos de una postura moralista, Daniela canta desde la vulnerabilidad, desde ese lugar donde las emociones se nombran y se transforman. “Mientras la cantas, te repites a ti misma que sí vales”, dice sobre “Valgo la Pena”, convirtiendo su música en un espejo donde otras puedan verse reflejadas y fortalecidas.

Su próximo álbum, aún en proceso, será una suerte de retrato generacional

desde la experiencia de ser mujer joven en el Perú. Lo visual y lo sonoro se conjugan en una propuesta que busca emocionar desde la honestidad.

Consciente del poder del storytelling, Daniela también se ha volcado al mundo digital para compartir el detrás de cada canción. Sus videos no solo documentan el proceso artístico, sino que permiten conectar con su audiencia desde un lugar real. “El proceso muchas veces conecta más que el resultado final, porque muestra el esfuerzo, la evolución y lo que hay detrás de cada canción”, afirma.

Lo que mueve a Daniela De Izcue es más grande que la música: es una convicción profunda de que el arte puede acompañar, emocionar y transformar. Y lo hace desde un país que ella no solo

ama, sino al que también busca retratar y reimaginar con cada verso.

Porque, al final, como ella misma lo dice, “crear música desde el Perú en un contexto globalizado significa poder mostrar lo que somos y, al mismo tiempo, conectar con el mundo”. Y esa conexión empieza, siempre, por reconocerse a uno mismo en lo que nos hace auténticamente peruanos.

PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN DE ARTE:

Arianna Gonzales (@ariannagonzaless)

STYLING: Katha Puga (@kathathecat)

MAKEUP: Lucero Saavedra (@valu.makeupartist)

HAIRSTYLE: Didi Poma (@didipoma.mua_hair_artist)

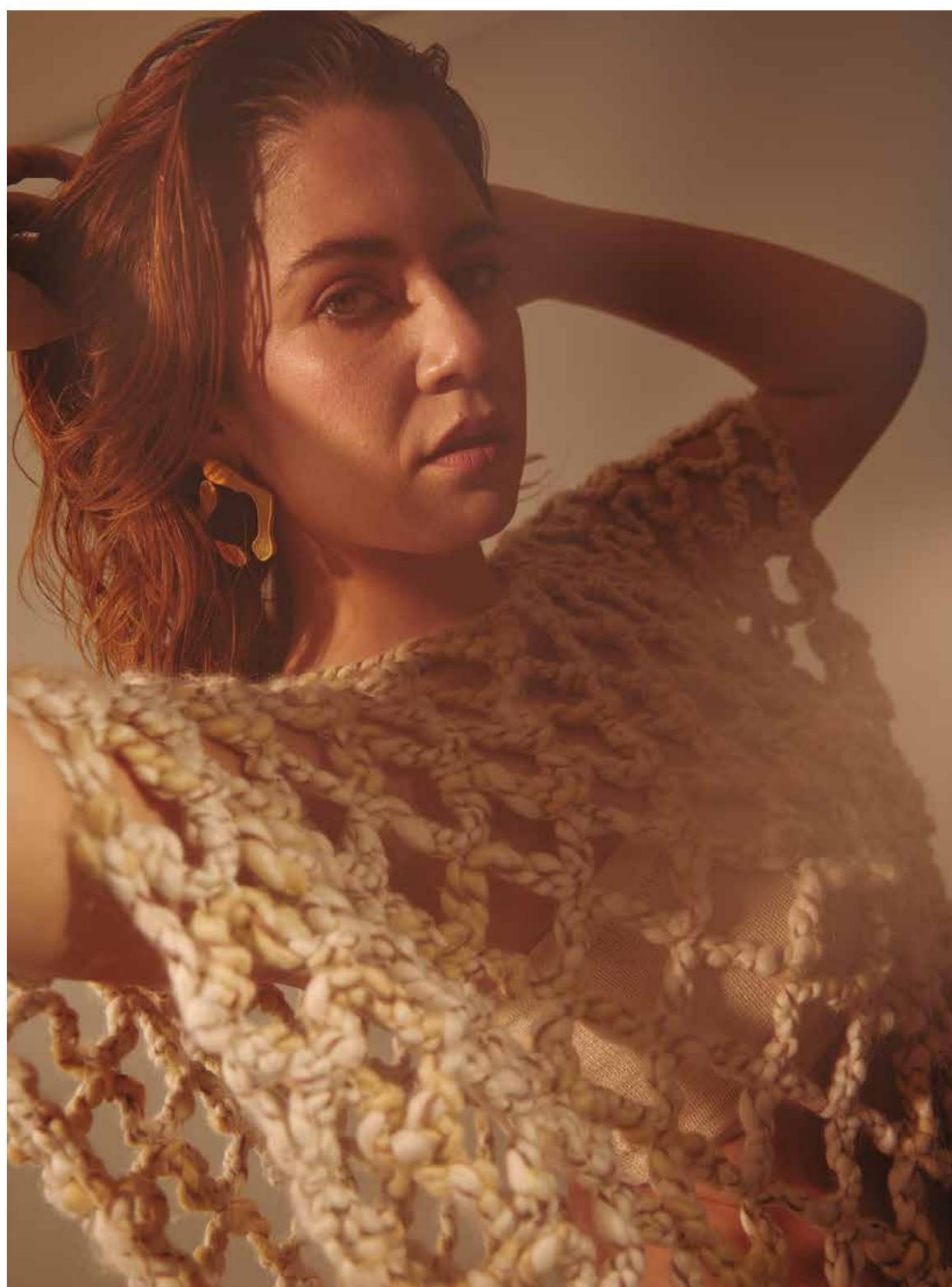
VIDEOGRAFO: Juan Franco (@jfrancor29)

AGRADECIMIENTOS DE STYLING:

KERO DESIGN (@kerodesign_official)

TESZ (@teszuniverse)

ADEMÁS DE CANTANTE, DANIELA ES COACH VOCAL CERTIFICADA, EXPERIENCIA QUE HA POTENCIADO SU EMPATÍA Y MIRADA SOBRE EL CANTO COMO ACTO EMOCIONAL Y TÉCNICO.





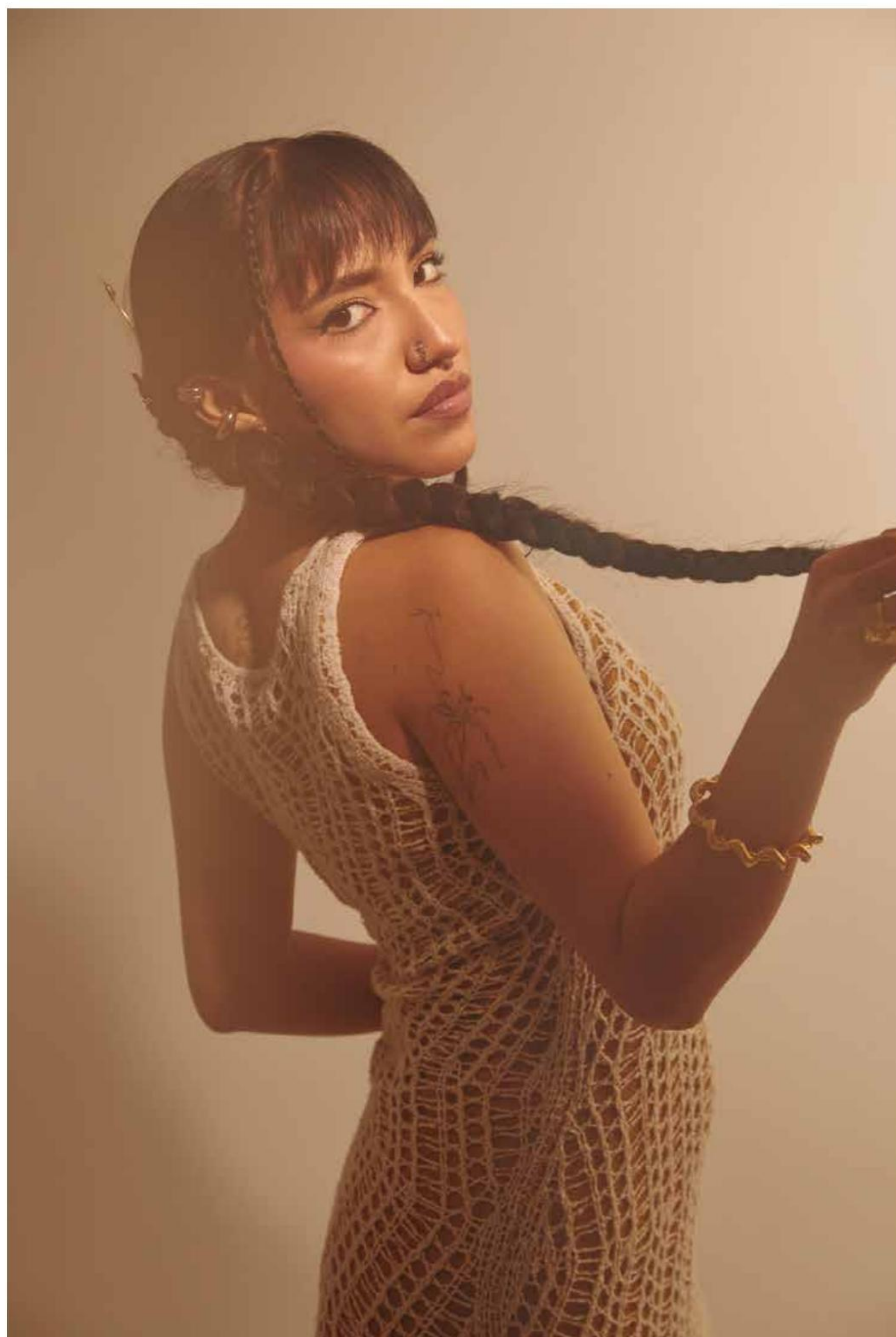
RENATA FLORES: VOZ DE LOS ANDES, VOZ DEL PERÚ

En un país donde las culturas originarias han sido históricamente marginadas, Renata Flores emerge como una de las voces más potentes y comprometidas del nuevo Perú. Cantante, compositora y activista, su música no es solo una expresión artística, sino una declaración política y un puente entre generaciones que busca sanar, visibilizar y transformar. Desde las alturas de Ayacucho, Renata canta en quechua, fusiona el trap con sonidos ancestrales y rescata historias invisibilizadas, llevando el mensaje de su tierra a los escenarios más grandes del mundo.

Desde sus inicios, la música ha sido para Renata una herramienta de lucha. No una lucha abstracta, sino profundamente enraizada en su historia familiar, en su geografía y en su lengua. "Al iniciar en este camino me motivó poder hablar de temas políticos, temas sociales, realidades que yo he visto y he escuchado por mi familia en Ayacucho", cuenta. El hip hop y el rap, géneros que históricamente han surgido de contextos de resistencia, encontraron en ella una voz que quería expresar la rabia, el dolor y también el orgullo de pertenecer a un territorio que ha sido golpeado por conflictos sociales, pero que también ha sabido resistir con dignidad.

Ayacucho no es solo su hogar; es también el núcleo espiritual de su arte. Desde su casa en Huamanga, rodeada de montañas y memoria, compone, escribe y se nutre de las voces de su comunidad. "Conversar con mis abuelas, tener esa conexión es super importante. Además, el lugar donde vivo es otra de las inspiraciones para hacer música", explica. En cada verso, Renata entrelaza las vivencias personales con una mirada crítica y esperanzadora del país que habita. Su identidad se forja desde el cuestionamiento y la búsqueda: desde muy niña se preguntó por qué su familia no le hablaba en quechua, y en ese camino de recuperar la lengua, descubrió también su propósito artístico.

Su álbum debut, "Isqun" (nueve, en quechua), es un homenaje a las muje-



"ME HE DADO CUENTA QUE HE ESTADO DESTINADA A HACER MÚSICA Y ACTIVISMO POR MEDIO DE LA MÚSICA. A COMUNICAR ESE MENSAJE Y LLEVARLO A MUCHAS MÁS PERSONAS".

res andinas y a sus luchas silenciadas. En él, rescata figuras como María Parado de Bellido y Ventura Ccalamaqui, heroínas de la independencia cuyos nombres apenas aparecen en los libros de historia. "Me he dado cuenta que he estado destinada a hacer música y activismo por medio de la música. A comunicar ese mensaje y llevarlo a muchas más personas", afirma con convicción. La elección del número nueve no es casual: en la cosmovisión andina, simboliza el reflejo del alma. Así, su disco se convierte en un espejo de las vidas de mujeres que, aunque invisibles para muchos, han sostenido comunidades enteras con su trabajo, su arte y su amor.

DESDE LOS 14 AÑOS, CUANDO EMPEZÓ A SUBIR COVERS EN QUECHUA A YOUTUBE, RENATA HA RECORRIDO UN LARGO CAMINO. HOY, PREPARA SU SEGUNDO ÁLBUM, "TRAFICANTES".



EL COMPROMISO DE RENATA VA MÁS ALLÁ DEL ESCENARIO. SU MAMÁ FUNDÓ UNA ASOCIACIÓN CULTURAL LLAMADA SURCA, DESDE LA CUAL, AHORA EN FAMILIA, BUSCAN FORMAR NUEVAS GENERACIONES DE ARTISTAS CONSCIENTES.

tunidad para que el público limeño sintiera en vivo la potencia de su propuesta.

En un contexto global donde lo local muchas veces se diluye, Renata ha logrado posicionarse sin perder su esencia. Desde los 14 años, cuando empezó a subir covers en quechua a YouTube, ha recorrido un largo camino. Hoy, prepara su segundo álbum, “Traficantes”, donde se adentra aún más en las historias íntimas de su familia, especialmente de sus abuelas, quienes enfrentaron solas la maternidad, la migración y el machismo estructural del país. “He visto cómo mi mamá ha sacado adelante a la familia. Mi abuela tuvo que sacar adelante a cinco hijos sola”, recuerda con emoción.

El compromiso de Renata va más allá del escenario. Su mamá fundó una asociación cultural llamada Surca, desde la cual, ahora en familia, buscan formar nuevas generaciones de artistas conscientes. Este trabajo comunitario complementa su labor artística y refuerza su convicción de que el arte puede ser un vehículo para el cambio social.

A las niñas y adolescentes quechuahablantes, Renata les envía un mensaje claro: “No tengan miedo, ni vergüenza de hablar nuestro quechua”. Su voz es también un eco de las voces que fueron calladas. Y al mismo tiempo, es un canto para un país que empieza —por fin— a escucharse a sí mismo.

Pero Renata no se queda solo en la memoria; también proyecta futuro. Su obra conecta con una nueva generación que está comenzando a mirar con otros ojos sus orígenes. A pesar de las críticas que ha recibido por fusionar lo ancestral con lo contemporáneo, especialmente por sectores más conservadores, su propuesta ha sido abrazada con entusiasmo por jóvenes de todo el país. “He visto un cambio. Jóvenes y niños me siguen, me escuchan, y no solamente a mí, sino a otros artistas

que también están en el mismo movimiento”, cuenta.

Esa conexión con nuevas audiencias se vio reflejada este 29 de junio, cuando Renata Flores se presentó por primera vez en Lima, con un espectáculo que significó un hito en su carrera. El concierto reunió a artistas como Los Mirlos, Amy Gutiérrez y Lucianeka, y contó con una puesta en escena trabajada con bailarines y músicos desde Ayacucho. Fue una celebración de su trayectoria, pero también una oportu-

PRODUCCIÓN, DIRECCIÓN DE ARTE Y STYLING:

Arianna Gonzales (@ariannagonzaless)

MAKEUP: Valery Loreine (@valery.loreine)

HAIRSTYLE: Katty Siu (@kattysiu.makeup)

VIDEOGRAFO: Juan Franco (@jfrancor29)

AGRADECIMIENTOS DE STYLING:

KERO DESIGN (@kerodesign_official)

CASA J (@casaj.pe)



KUNAB

FALL WINTER 2025

Descubre nuestra nueva colección
en tiendas físicas y online.



kunastores.com

Perú, Chile, Argentina, Ecuador, Uruguay, Estados Unidos, Finlandia Shengen, Rumanía.



Esta REVISTA fue DESCARGADA de JAROCHOS. Puedes
accesar a nuestro GRUPO PRINCIPAL en TELEGRAM a través
del Grupo de paso

@PurgatorioJarocho
<https://t.me/purgatoriojarocho>

En Jarocho NO promovemos ni incentivamos el uso inadecuado de autoría intelectual, solo compartimos material que ya se encuentra en Internet con una simple búsqueda en cualquier buscador o en sitios como PDFMagazine, WordlMagz, etc.
Si piensas que se están socavando tus derechos de autor mándanos un mensaje (con previa identificación como portador de los derechos sobre el material reclamado) solicitando la retirada del material.